Indian and Northern Affairs Canada
Affaires indiennes et du Nord Canada

Results of the Survey on Food Quality

in Six Isolated Communities in Labrador, March 2001

Canada

102-03194/

Results of the Survey on Food Quality in Six Isolated Communities in Labrador, March 2001

"The goal of the Food Mail Program is to provide good quality, affordable nutritious food to isolated northern communities. This program is an important element in our continuing efforts to improve the health of northern communities."

Honourable Robert Nault,
Minister of Indian Affairs and Northern Development

Prepared by Luc L. Ladouceur and Frederick Hill

Indian and Northern Affairs Canada
January 2002

Published under the authority of the
Minister of Indian Affairs and
Northern Development
Ottawa, 2001
www.ainc-inac.gc.ca

QS-8612-000-EE-A1
Catalogue No. R2/2001E
ISBN 0-662-31352-6

© Minister of Public Works and Government
Services Canada

Cette publication peut aussi être obtenue
en français sous le titre :

*Résultats du sondage sur la qualité des aliments
dans six collectivités isolées du Labrador, mars 2001*

Table of Contents

Acknowledgments v

Executive Summary 1

Background 3

Survey Methodology 4

Highlights of the Results

Quality of various foods 6

Retailers' problems with the quality of certain foods 8

Change in quality of food since the previous year 9

Price variation since the previous year 9

Is there a season when the quality of food is better, worse? 10

What people say they would do if the quality of food improved 10

Impact on prices if quality of food improved 11

Main cause of quality problems according to retailers 11

Food spoilage 12

Variety of fresh fruit and vegetables available 12

Fresh foods bought by customers
or received by retailers in the previous month 15

What is keeping people from buying more fresh fruit and vegetables? 17

Foods not reaching Labrador communities 17

Complaints from customers 18

General comments and suggestions 18

Conclusion **19**

Appendices **21**

Questionnaire for customers (shoppers)

Questionnaire for retailers

Acknowledgments

The authors wish to thank the residents and retailers of the Labrador communities whose co-operation made this report possible.

Furthermore, we would like to thank the following for their individual contributions:

Rhonda Turner (INAC) for the database design, data inputting and preliminary analysis;

Anne Dumaresq and Tracey Yantha (INAC) for typing respondents' comments;

Susan Beaubier (Health Canada), Jean-Pierre Émond (Laval University) and Margaret Webb (Labrador Inuit Health Commission) for advice on the content of the household questionnaire;

Johannes Lampe (Labrador Inuit Health Commission) for translating the household questionnaire into Inuktitut;

Edouard Larocque, Josette Longtin and Ed Miller (Canada Post) for advice on the content of the questionnaire and for implementing the pilot project.

EXECUTIVE SUMMARY

To make nutritious, perishable food more affordable in isolated communities, the federal government set up the Northern Air Stage Program. The program, also known as the Food Mail Program, is administered by Indian and Northern Affairs Canada (INAC). INAC provides funding to Canada Post to transport nutritious, perishable foods by air to isolated communities. This funding helps keep the cost of food down.

In February 2000, a meeting was held with Labrador retailers who were concerned about the quality of food being delivered to their communities. Food handling by wholesalers, transport companies and retailers was identified as the main problem. Following that meeting, a pilot project was devised and implemented for all communities served out of Happy Valley-Goose Bay. This is the entry point for foods shipped under the Food Mail Program in Labrador.

The findings of a report, prepared by the Air Cargo Transportation Research Group of Laval University, were used to develop training on how to properly handle perishable foods during warehousing and transportation. Since March 2001, wholesalers, trucking and airline cargo staff and retailers have all been given extensive training. The training focussed on the best conditions for storing and transporting perishable products. The training included information on proper packaging, temperature requirements, handling and separating products to prolong the shelf life of foods.

Before the pilot project began, a survey was mailed to all residents and retailers in six Labrador communities in March 2001. The survey gathered information on how satisfied both customers and retailers were with the quality and variety of perishable foods shipped to their communities. These communities included Black Tickle, Hopedale, Makkovik, Nain, Postville and Rigolet.

The key findings of the survey will help assess the impact of the guidelines developed for packaging, storage facilities, handling and sanitation and the training provided to all the above mentioned stakeholders to improve the quality of perishable foods. INAC will conduct a second survey in March of 2002 to see if food quality has improved since the first survey. This information will be used to benefit other Northern communities. Improvements will be implemented elsewhere if they are successful in Labrador.

Customers and retailers were also asked about the variety of foods offered to Northerners. Although not directly tied to the main objective of the pilot project, it is believed that the overarching goal of improving Northerners' health can only be achieved through access to a variety of high-quality perishable foods.

When asked about the quality of various foods available, only eggs and fresh milk were rated as of good or excellent quality by a majority of Labrador customers. Most customers

also described all other products, fruits, vegetables and bread as being either of poor or fair quality. On the other hand, most retailers answered that all products were either of good or excellent quality.

Customers were asked if they noticed any change in the quality of food or in prices since the previous year. Most of them replied that they believed prices had gone up. They also believed that the quality of the food had remained the same.

The customers were asked if they thought the quality of food changed with the seasons. Most customers answered that summer was the best season. Forty-one percent thought that winter was the worst season. Half the retailers said that fall was the best season. A third of them thought that summer was the worst season.

Retailers identified flight delays as the main cause of food quality problems. Other causes were also mentioned, but transportation of the food from the airport to the stores was not one of them.

Customers and retailers were asked about the availability of a variety of fresh fruit and vegetables. Eighty percent or more of Labrador customers said there was either never or sometimes enough variety available. In contrast, 80% of retailers said most of the time they had enough variety of fresh fruit and vegetables.

Customers gave five main reasons to explain why they did not buy more fresh fruit and vegetables. A majority of customers said that these foods cost too much, they often are not available, their quality is poor and there is not enough variety. Forty-one percent of customers also said that they cannot afford to buy them.

Retailers were asked how often they receive complaints from customers about the quality of food. A third of the retailers said they never received complaints. The other two thirds said they received complaints once in a while. Compared to the customers' opinions, the retailers' answers to this question are puzzling.

The findings have shown that there is a lack of quality and a lack of variety of fresh and frozen perishable foods in Labrador. Customers have clearly and repeatedly said that they are not satisfied with the products sold in their communities. They are also dissatisfied because they believe these products are expensive. On the other hand, the retailers seem to say that there are no serious problems with the products sold in their stores. According to them, these products are of good quality and a large variety of fresh and frozen perishable foods are made available to their customers at all times. A key finding of this report is the gap between the views of customers and retailers about food quality.

BACKGROUND

To make nutritious, perishable food more affordable in isolated communities, the federal government established the Northern Air Stage Program. The program, also known as the Food Mail Program, is administered by Indian and Northern Affairs Canada (INAC). INAC provides funding to Canada Post for transporting nutritious, perishable foods to isolated communities by air. This funding helps keep the cost of food down.

In February 2000, a meeting was held with Labrador retailers who had expressed concerns about the quality of food being delivered to their communities. Food handling by wholesalers, transport companies and retailers was identified as being the main problem. Following that meeting, a pilot project was devised and implemented for all communities served out of Happy Valley-Goose Bay – the entry point for foods shipped under the Food Mail Program in Labrador.

A report was prepared by the Air Cargo Transportation Research Group of Laval University entitled *Quality of perishable products (fruits and vegetables) during distribution in Labrador*. The report identified the environmental conditions responsible for the lower quality of fresh perishable foods shipped to Labrador communities from their departure in Montréal through to their final destination. The goal was to improve these conditions to ultimately improve the quality and freshness of the products.

The above findings were then used to train all involved in the proper handling of perishable foods during warehousing and transportation. Wholesalers, trucking and airline cargo staff and retailers were all provided extensive training on the best conditions for storing and transporting perishable products including proper packaging, temperature requirements, handling and separating products to prolong the shelf life of foods shipped under this program.

In the meantime, a survey was circulated to all residents and retailers in six Labrador communities in March 2001 to gather baseline information on the satisfaction levels of both customers and retailers about the quality and variety of perishable foods shipped to their communities. These communities included Black Tickle, Hopedale, Makkovik, Nain, Postville and Rigolet. Davis Inlet was also included in the retailer survey.

This report summarizes the survey's key findings and will be used to assess the impact of the guidelines developed for packaging, storage facilities, handling and sanitation and the training provided to all the above-mentioned stakeholders to improve the quality of perishable foods. INAC will conduct a second survey in March of 2002 to see if food quality has improved since the first survey. This information will then be used for the benefit of other Northern communities, because improvements will be implemented elsewhere if they are shown to have been successful in Labrador.

Another dimension was added to the survey relating to the variety of foods offered to Northerners. Although not directly tied to the primary objective of the pilot project, it is believed that the overarching goal of improving Northerners' health can only be achieved if they can buy a variety of high-quality perishable foods.

SURVEY METHODOLOGY

The tables and graphs in this document present the information collected and tabulated from a survey circulated at the beginning of March 2001 to all households and retailers of fresh and frozen food in six Labrador communities: Black Tickle, Hopedale, Makkovik, Nain, Postville and Rigolet. All of these communities, which are users of the Food Mail Program, are being supplied with fresh and frozen food from wholesalers located in Happy Valley-Goose Bay.

In each community, all households and retailers received a survey circulated by mail. Self-identified food shoppers of households were invited to fill out the questionnaire and return it in a postage-paid envelope. Households had the option to use either the Inuktitut or English language questionnaire, both of which were included in the mail out. Respondents were told that the survey results would be provided to community residents later in the year. The response rate for all communities was 29%, which is considered an excellent response rate for a mailed-out survey. The response rate in communities ranged from 25% in Black Tickle and Postville to 44% in Rigolet (see **Table 1** for more details).

Table 1. Labrador Household Survey - Response Rate

	No. sent	No. returned					Response rate (%)
		Inuit	Innu	Metis	Other	Total	
Black Tickle	100			17	8	25	25
Hopedale	172	38			9	47	27
Makkovik	123	32		2	10	44	36
Nain	383	91		1	9	101	26
Postville	76	13	1		5	19	25
Rigolet	75	24	1	1	7	33	44
Total	929	198	2	21	48	269	29

As **Table 1** reveals, question number 9 of the survey asked customers to provide their Aboriginal background to allow the option for group-specific analysis if there were indications that different groups had different perceptions. However, preliminary analysis did not indicate any marked differences in the results. Therefore, this report does not provide separate results for each group.

All 14 retailers in the named Labrador communities and Davis Inlet received a questionnaire slightly different from the one sent to households. Six retailers returned a completed survey for a response rate of 43%. Because of the size of the sample, caution must be exercised when interpreting the data obtained from retailers. However, there was at least one response from a retailer in most of the communities surveyed.

Differences between questionnaires sent to customers and retailers

The questionnaires sent to customers and retailers were very similar. Most questions were developed so that the answers of the two target audiences could be compared. For example, in question 3, customers were asked which foods they had bought in the past 4 weeks while retailers were asked which foods they had received as Food Mail during the same period. Questions 1 to 6 are the same type, so that the responses of customers and retailers could be compared. However, questions 7 to 10 are completely different and retailers had an extra question on their questionnaire (see appendices for more details).

Use of percentages for tables and graphs

In an effort to make the data more understandable, the raw data were converted to percentages for both customers and retailers. Percentages shown in the graphs do not always add up to 100 because in most cases, the not-applicable or "left blank" responses were left out.

Use of indexes

In a further effort to render the data collected more intelligible, summary indexes were used for questions 1 and 2. These indexes are not to be used for absolute differences between each community, although the scores allow a ranking from worst to best. However, please keep in mind that this ranking does not allow one to say how much better or worse the food is in one community compared to another.

HIGHLIGHTS OF THE RESULTS

"Please act on my survey!"

Quality of various foods

The opening question of the survey was: "How would you describe the quality of the following kinds of food sold in your community IN THE PAST 3 MONTHS (December 2000, January and February 2001)?" Customers were asked to rate the quality of a list of fresh perishable foods from poor, to fair, to good or excellent. Answers "left blank" were also tracked.

The responses to this question were quite variable. They ranged from good and excellent for eggs, to poor and fair for fresh meat in all communities. However, from one community to the other, very similar trends were observed in terms of perceived food quality. For instance, bananas and grapes were identified as being poor or fair by more than 75% of the Labrador customers surveyed. Also, more than 77% of Labrador customers said that frozen meat was of poor or fair quality with 41% of them listing it as of poor quality. The following foods were identified as being of poor or fair quality and are presented in ascending order from poorest to fair quality: frozen meat (77%), bananas and grapes (75%), lettuce, tomatoes and peppers (73%), berries (68%), fresh meat (67%, with 46% rating it as of poor quality), apples and oranges (67%), broccoli and cauliflower (64%), potatoes (59%), carrots, onions, turnips and cabbage (56%), frozen vegetables (55%) and bread (51%).

Only two products were rated as being of good or excellent quality by a majority of Labrador customers, namely, eggs (74%) and fresh milk (59%).

Berries and fresh meat had a high percentage of n/a's, accompanied by customers' comments that they could not rate these products because they simply were not available.

Table 2. Quality rating by Labrador customers

	Poor	Fair	Good	Excellent	N/A	Total
a.Apples, oranges	14%	53%	30%	3%	0%	100%
b.Bananas, grapes	23%	52%	22%	3%	0%	100%
c.Berries	37%	31%	19%	2%	11%	100%
d.Potatoes	15%	44%	35%	5%	0%	100%
e.Carrots, onions, turnips,cabbage	8%	48%	40%	5%	0%	100%
f. Lettuce, tomatoes, peppers	23%	50%	23%	3%	0%	100%
g.Broccoli, cauliflower	18%	46%	32%	3%	1%	100%
h.Bread	15%	36%	40%	7%	1%	100%
i.Eggs	2%	24%	57%	17%	0%	100%
j.Fresh milk	11%	28%	47%	12%	3%	100%
k.Fresh meat	46%	21%	14%	5%	15%	100%
l.Frozen meat	41%	36%	17%	5%	0%	100%
m.Frozen vegetables	15%	40%	38%	6%	2%	100%
n.Other	17%	49%	30%	4%	1%	100%

Figure 1. Perception of Food Quality
of Customers in Labrador

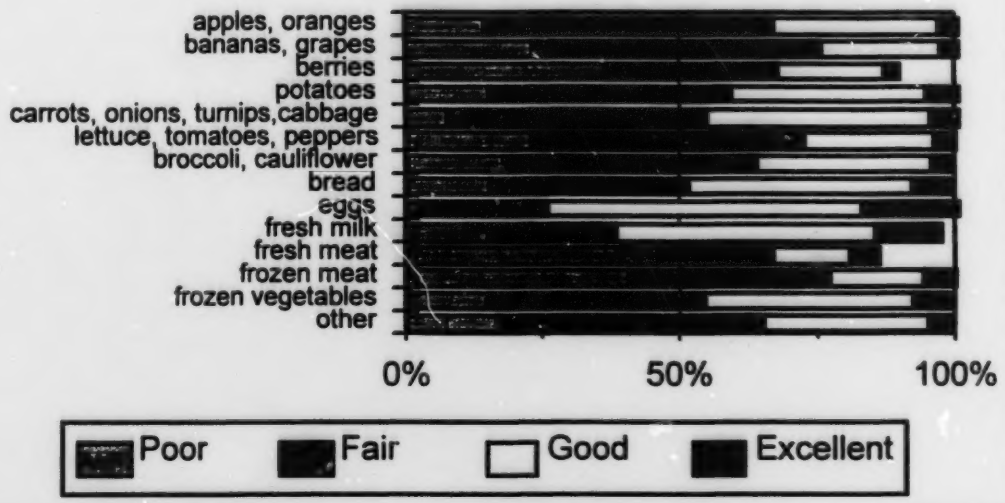
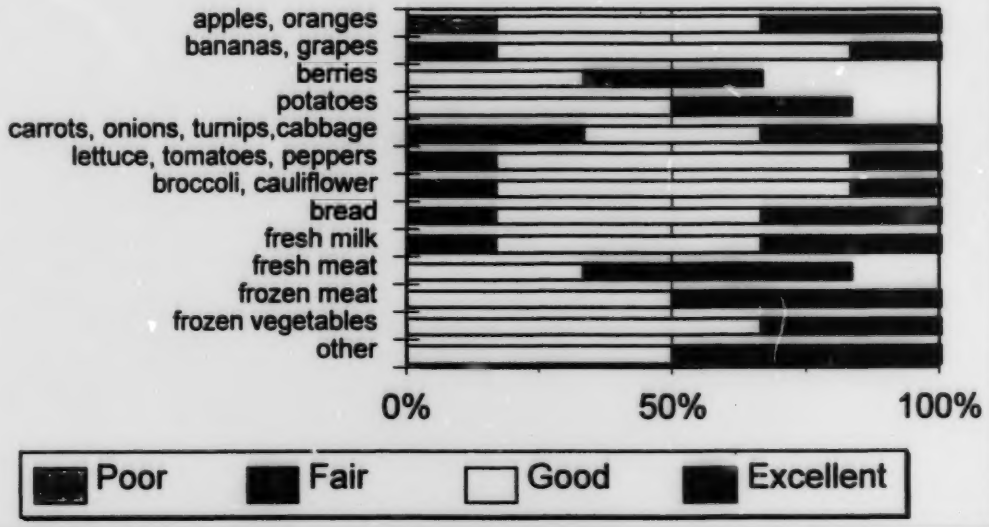


Figure 2. Perception of Food Quality
of Retailers in Labrador



The question that retailers were asked was very similar to the one customers were asked: "How would you describe the quality of the following food available in your store IN THE PAST THREE MONTHS (December 2000, January and February 2001)?".

To that question, most retailers answered that all products had either good or excellent quality, and only the following few foods were rated fair: bananas and grapes; carrots, onions, turnips and cabbage; lettuce, tomatoes and peppers; broccoli and cauliflower; bread; and fresh milk. Only one retailer rated the quality of apples and oranges as poor.

Please note that eggs were not included in the retailers' questionnaire.

In an effort to capture the overall satisfaction of customers in each community and of retailers, an index was developed by simply multiplying by a factor of one for "poor" ratings, of two for "fair" ratings, of three for "good" ratings and of four for "excellent" ratings. These scores were then divided by the number of respondents who rated each product to obtain a score for each community and for all customers and retailers. Average scores ranged from 2.04 for customers in Postville to 3.23 for retailers, indicating the least satisfaction with the quality of food from the former and most satisfaction with the latter. See **Table 3** for more details.

Table 3. Index of Perceived Food Quality

Postville	2.04
Rigolet	2.16
Hopedale	2.18
Nain	2.24
All Customers	2.25
Makkovik	2.31
Black Tickle	2.55
Retailers	3.23

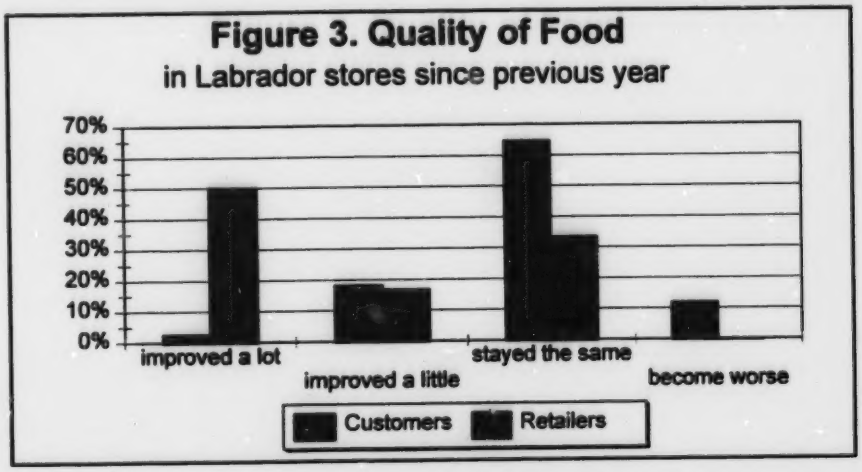
Retailers' problems with the quality of certain foods

In a follow-up question, retailers were asked to list the foods they have the greatest problem with in terms of quality. Individual retailers listed bananas, Red Delicious apples, fresh milk, grapes, carrots, cabbage and broccoli. These answers are consistent with quality problems raised by customers except for fresh milk, one of the few products identified as being of good or excellent quality by a majority of the respondents.

Change in quality of food since the previous year

Also in a follow-up question about quality, both customers and retailers were asked if they had noticed a change in the quality of food since the same period of time the year before. Possible answers included: improved a lot, improved a little, stayed the same or become worse. Twenty percent of customers indicated an improvement, but the vast majority (65%) claimed there had not been any change. A little over 1 in 10 (12%) stated that the quality of food had become worse.

As for retailers, 67% claimed that the quality of food had improved since the same time last year and the balance, 33%, stated that the quality had remained the same. See **Figure 3** for complete figures.



Price variation since the previous year

In question number 8, customers were asked: "Since this time last year, how has the price of fruit and vegetables in your community changed?" A majority of customers (63%) indicated that prices had gone up since the same time last year. While question 4 revealed that about the same percentage of customers (65%) believed the *quality* of fresh foods had remained the same, about the same percentage also believed that the *prices* for these products had gone up. Although it is well-known that transportation costs have increased significantly, mainly because of rising energy costs, the Food Mail Program postage rates have been maintained at the same level since 1993, with only a few changes made to qualifying products in 1996. Therefore, if in fact prices have gone up as perceived by customers, other factors (e.g., truck transportation, greenhouse and warehouse heating costs) may be responsible for driving up the price.

Is there a season when the quality of food is better, worse?

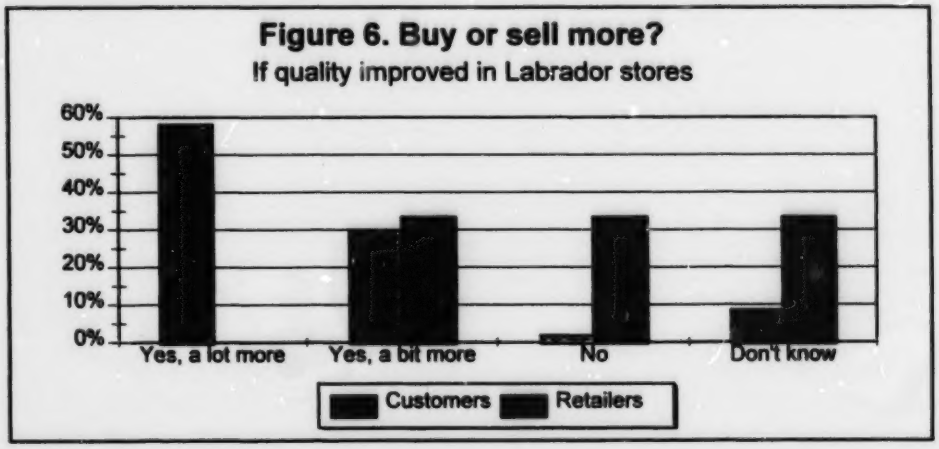
In an attempt to identify whether seasonal factors affect the quality of food available in Labrador communities, both customers and retailers were asked in what season they found the quality to be best or worst. Spring, summer, fall and winter were listed as possible answers for both the best and worst time. Respondents did use all possible combinations by selecting more than one season. However, we only used the five most common answers which were: for best season(s), spring, summer, fall, winter and summer-fall; and for worst season(s), spring, summer, fall, winter and spring-winter.

For the best season, 56% of customers selected summer, while 50% of retailers chose fall and another 33% chose spring. As for the worst season for quality of food, 41% of customers selected winter while 33% of retailers selected summer. None of the retailers picked summer as the season for the best quality of food. The trend here is one that we have observed in other questions concerning the quality of food, and highlights the opposing views of customers and retailers. The reasons for these differences in customers' and retailers' views are unknown. For more details, see **Figures 4 and 5**.

What people say they would do if the quality of food improved

When asked what they would do if the quality of fresh fruits and vegetables improved in their community, 58% of customers said they would buy a lot more of them, and another 30% stated they would buy a bit more.

When asked if they thought they would sell more fresh fruits and vegetables if the quality improved, a third of the retailers agreed they would sell a bit more, with another third stating they did not think they would sell more, while the remaining third admitted they did not know what the effect would be. See **Figure 6** for complete numbers.



Impact on prices if quality of food improved

Because efforts are being made to increase the quality of fresh perishable foods by improving handling during all stages of transportation from wholesaler to retailers, retailers were asked how better quality products would affect prices. Possible answers ranged from increasing prices because customers would be willing to pay more, lowering prices because retailers would have less spoilage, or continuing to charge the same price. Half of the retailers said they would keep the same price on these fresh foods, while another third said they would lower prices. No one said they would increase the prices, but one retailer declined to answer that question.

Main cause of quality problems according to retailers

In question 9, retailers were presented with a list of 8 possible causes for quality problems with fresh perishable foods. Half of the retailers said flight delays were the main cause of quality problems and a further third also identified all of the following: poor handling by the airline, poor quality available from suppliers in Happy Valley-Goose Bay, poor temperature control on the plane and inadequate storage facilities at the airport. Another third of the retailers said they did not have any problem with the quality of foods and one (17%) said that the packaging was not adequate. None chose damage in getting the food from the airport to their store as a possible cause of quality problems.

Food spoilage

Question 10 asked retailers: "How much of the following foods have you thrown out because of poor quality or spoilage in a typical week DURING THE PAST THREE MONTHS (December 2000, January and February 2001)." For most of the products listed, retailers indicated that less than 5% had to be disposed of due to spoilage. A few indicated that they sometimes had between 5 and 10% spoilage. Only 1 retailer (not necessarily the same) identified having spoilage of 10 to 20% for apples, bananas and grapes and fresh milk. One retailer indicated having spoilage of 20 to 40% for carrots and cabbage.

There is no set industry norm for food spoilage in the food retail sector. However, it is generally agreed that spoilage is between 3 and 17% – spoilage is higher for highly perishable foods. Considering the transportation challenges and the particular weather conditions in Labrador and northern communities in general, spoilage of under 5% for most fresh foods as indicated by a majority of Labrador retailers is worth noting. With 95% of fresh foods sold to customers, according to the surveyed retailers, the customers' poor satisfaction rating is not surprising.

Variety of fresh fruit and vegetables available

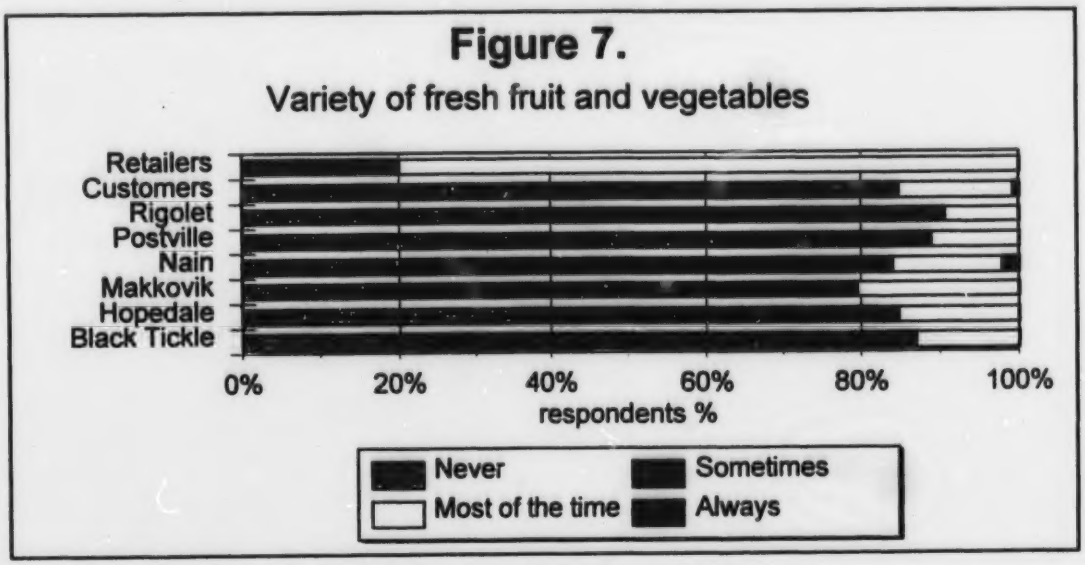
For the second survey question, customers were asked: "Is there enough variety of fresh fruit and vegetables available?" Respondents were given the option to tick one of the following answers: never, sometimes, most of the time or always.

In all the Labrador communities where the survey was conducted, 80% of customers or more said there was never or sometimes enough variety of fresh fruit and vegetables available. In Postville, 61% of its respondents indicated there was never enough variety.

In contrast, only 20% of the retailers said that they sometimes had enough variety of fresh fruit and vegetables. Eighty percent indicated that most of the time, variety was available.

For more details, please see **Tables 4 and 5** and **Figure 7**.

Table 4. Enough variety of fresh fruit and vegetables available					
Communities	Never	Sometime	Most of the time	Always	Total
Black Tickle	17%	70%	13%	0%	100%
Hopedale	35%	50%	15%	0%	100%
Makkovik	16%	64%	20%	0%	100%
Nain	20%	64%	14%	2%	100%
Postville	61%	28%	11%	0%	100%
Rigolet	34%	56%	9%	0%	100%
Customers	26%	58%	14%	1%	100%
Retailers	0%	20%	80%	0%	100%



Again, in an effort to capture the overall satisfaction of customers in each community and of retailers regarding the variety of fresh foods, an index was developed by simply multiplying by a factor of one for "never" ratings, of two for "sometimes" ratings, of three for "most of the time" ratings and of four for "always" ratings. These scores were then divided by the number of respondents to obtain a score, for each community and for all customers and retailers. Averages ranged from 1.50 for Postville to 2.80 for retailers, indicating the least satisfaction with the variety of fresh foods from the former and most satisfaction with the latter. See **Table 5** for more details.

Table 5. Index of Perceived Variety of Fresh Foods

Postville	1.50
Rigolet	1.75
Hopedale	1.80
All Customers	1.89
Black Tickle	1.96
Nain	1.98
Makkovik	2.05
Retailers	2.80

Finally, a consolidated index was developed using both indexes (**Table 3 and 5**), on quality and variety, to determine differences in satisfaction level from customers in the six communities surveyed. By combining both indexes and dividing them by two, a consolidated index was obtained. This index reveals that Postville, Rigolet and Hopedale consistently rank first, second and third in customer dissatisfaction with the quality and variety of fresh foods offered in their communities. Nain ranked fourth, Makkovik fifth and Black Tickle sixth in terms of customer dissatisfaction with quality and variety of fresh foods available.

As for the retailers, they consistently scored highest in these indexes, indicating the highest level of satisfaction with the quality and variety of fresh foods offered. Please see **Table 6** for more details.

Table 6. Consolidated Index of Quality and Variety of Fresh Foods

Postville	1.77
Rigolet	1.96
Hopedale	1.99
All Customers	2.07
Nain	2.11
Makkovik	2.18
Black Tickle	2.25
Retailers	3.01

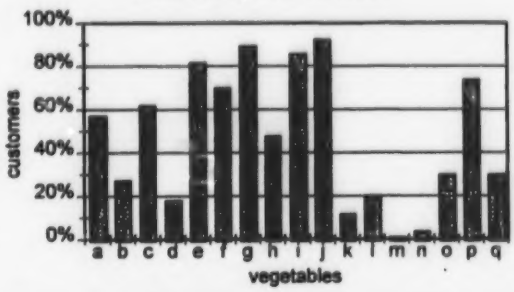
Fresh foods bought by customers or received by retailers in the previous month

Question 3 on the foods bought allows us to profile the average Labrador customer. We know that the most commonly bought fruits are apples (93%), oranges (88%), bananas (79%) and grapes (59%); and that to a lesser degree, frozen juice (34%), kiwi (25%), plums (16%), grapefruits (15%), berries (11%) and melons (10%) are all part of Labradorians' winter diet. Furthermore, the most commonly purchased vegetables include potatoes (92%), onions (89%), carrots (86%), turnips (81%), frozen French fries (74%), cabbage (70%), tomatoes (62%), lettuce (57%), peppers (48%) and to a lesser degree, mushrooms (30%), broccoli (27%), celery (19%), cauliflower (18%), cucumber (12%), spinach (3%) and squash (1%). See **Figures 8 and 9**.

Figure 8. Fruits bought
in Labrador communities

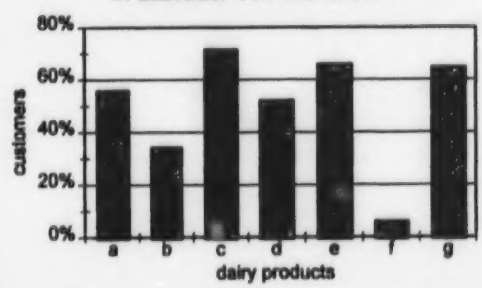
Legend for fruits
a=apples, b=oranges, c=bananas, d=grapes, e=berries, f=kiwi, g=plums, h=melons, i=grapefruit, j=other, k=frozen juice

Figure 9. Vegetables bought
in Labrador communities



Legend for vegetables
a=lettuce, b=broccoli, c=tomatoes, d=cauliflower, e=turnips, f=cabbage, g=onions, h=peppers, i=carrots, j=potatoes, k=cucumber, l=celery, m=squash, n=spinach, o=mushrooms, p=frozen french fries, q=other frozen vegetables

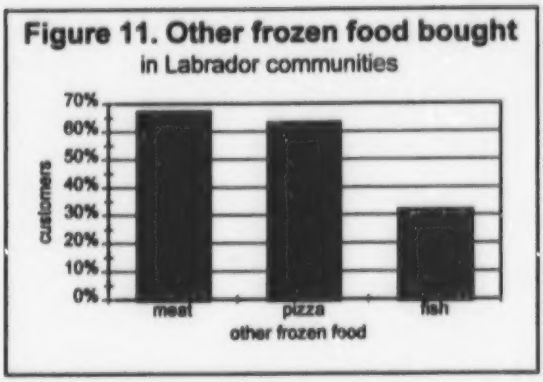
Figure 10. Dairy products bought
in Labrador communities



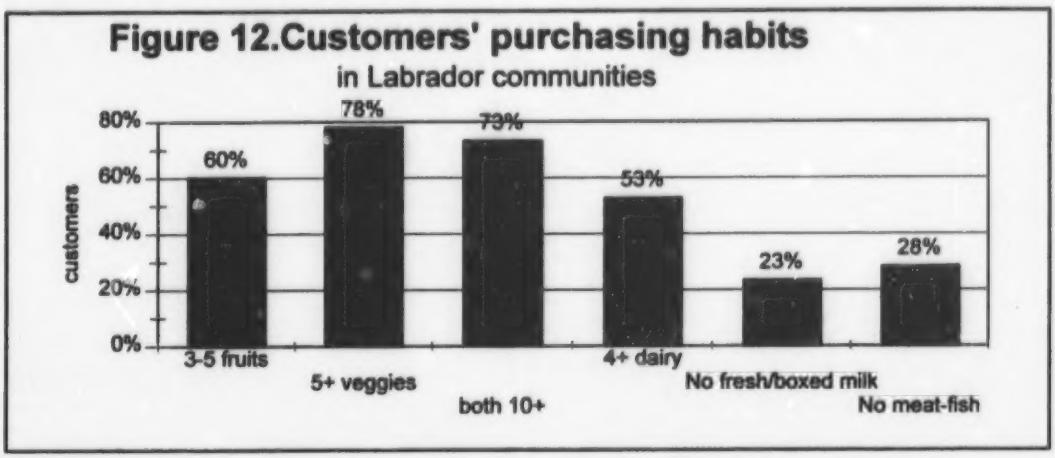
Legend for dairy products
a=fresh milk, b=boxed milk, c=cheese, d=yogurt, e=ice cream, f=powdered milk, g=evaporated milk

Dairy products and frozen meat, pizza and fish were also on the list of products in the questionnaire. Most of these products were purchased by a majority of customers, except for boxed milk (34%), powdered milk (6%) and fish (32%). See **Figures 10 and 11** for more details.

When looking at the types of foods bought in the previous month, we are able to establish that a majority of customers bought between 3 and 5 fruits (60%), 5 and more vegetables (78%), or that more



than 73% of customers bought a combined 10 or more fruits or vegetables indicating a strong preference for variety. More than half of the customers (53%) bought 4 or more dairy products, although almost 1 in 4 households did not buy any milk, whether fresh or boxed. However, 65% of Labrador households bought evaporated milk, reflecting a tradition of buying milk in a form that can be easily stored and that offers consistent quality. Finally, almost 1 in 3 customers did not buy any frozen meat or fish (28%), reflecting the high reliance on country food for protein, and perhaps reflecting the poor quality of store meats available. See **Figure 12** for more details.



Retailers were asked what food they had received by Food Mail in the 4 weeks before they completed the survey. Of the fruits listed in the survey, 1 in 2 retailers stated having received berries and frozen juice, and 5 of 6 had received plums, melons and grapefruit. All said they had received apples, oranges, bananas, grapes and kiwi. Of the vegetables listed, 1 in 6 retailers stated having received squash, only half had received spinach, but more than 60% had cucumber and frozen French fries air-lifted, and 5 of 6 had received cabbage or potatoes. All retailers declared having received lettuce, broccoli, tomatoes, cauliflower, turnips, onions, celery and mushrooms during the past four weeks through the Food Mail Program.

None of the responding retailers had received powdered or evaporated milk, most likely

indicating that these products are not being air-lifted through the Food Mail Program, but rather transported by marine service before freeze-up. Also, among dairy products, only a third of the retailers indicated having received boxed milk during the same period, again, possibly because that product had arrived by marine service the previous fall.

What is keeping people from buying more fresh fruit and vegetables?

> *"I feel that my children aren't used to eating or even following Canada's Food Guide because a fresh fruit in our home is a luxury, a privilege."*

In question 7, customers were asked what was keeping them from buying more fresh fruit and vegetables. Customers were asked to choose from 14 different reasons with the option of adding one if necessary. Of all available options, 5 main reasons appear to explain why people are not buying more fresh fruit and vegetables: these foods cost too much (80%), they often are not available (77%), their quality is poor (69%), there is not enough variety (56%) and customers say they cannot afford them (41%).

Foods not reaching Labrador communities

When asked if there were any fresh or frozen foods retailers would like to sell that are not usually available from their supplier, a majority of them (67%) said there were none. However, 2 retailers (33%) said yes and listed baby food, variety of squash, melons, salads, different fruit varieties, and other fresh fruit, e.g., strawberries.

In an open-ended question at the end of the survey, customers were asked if they had any comments and suggestions to make and, more specifically, if there were any fresh or frozen foods they would like to see at their store that are not usually available. The most frequent comments related to the need for more variety and to the freshness of fruits and vegetables, meat (e.g., baby back ribs and lean ground beef), both fresh and frozen, including deli meats and country food, fish (e.g., cod, capelin, salmon, char, arctic char, smoked char and seal) and seafood (e.g., scallops, crab, shrimp and lobster).

Complaints from customers

> *"If there's something rotting or moldy, they should not even put it on the shelves to buy."*

Question 8 to retailers asked how often they received complaints from customers about food quality. A third (2) of retailers said they never received complaints, while the other two thirds (4) said they received complaints once in a while. Considering the findings from the customer surveys previously described, retailers' answers to this question are puzzling, to say the least. Further comments expressed by customers in the following section suggest that retailers should be receiving complaints from the former more often than once in a while.

General comments and suggestions

In the last question of their survey, customers were asked to add general comments and suggestions. Two thirds of the customers felt the need to add comments to the survey. These comments reinforce the idea that foods in Labrador are very expensive in view of their quality, i.e., freshness, and, that there is a need for more variety of available fresh perishable foods. Strongly worded comments were made by customers about the quality of the frozen meats, that they often described as freezer-burned. Similar comments were made about the fact that spoiled and out-of-date foods were left on shelves to be sold.

CONCLUSION

In light of the preceding findings, there should be no doubt about the lack of quality and variety of fresh and frozen perishable foods in Labrador. Customers have clearly and repeatedly expressed that they are not satisfied with the products sold in their communities. Their dissatisfaction is compounded by the fact that these products are also perceived to be expensive.

> A third of retailers said they did not have any problem with the quality of foods.

On the other hand, the message expressed by retailers surveyed seems to be that there are no serious problems with the products being sold in their stores, even though retailers were the ones who originally raised the issue of food quality. According to them, these products are of good quality and a large variety of fresh and frozen perishable foods are available to their customers. Customer satisfaction begins with a willingness on the part of retailers to look at the current state of affairs with a desire to improve quality for the benefit of both customers and retailers, and with the likelihood that these improvements will help reduce the quantities of spoiled foods.

> The gap between the perception of food quality between customers and retailers is definitely a key finding of this report.

The gap between the perception of food quality between customers and retailers is definitely a key finding of this report. Concrete steps need to be taken to bridge that gap by ensuring that communication channels between those two groups are kept open and by demonstrating that concerted efforts can lead to improvement. Identifying the factors that lead to differences in food quality among neighbouring communities might also contribute to improving the quality of foods for all communities in the region.

INAC will be conducting a second food quality survey in those same Labrador communities in March 2002 to see if food quality has improved since the first survey. Also, Canada Post will have qualified personnel doing food inspections in Happy Valley-Goose Bay starting in 2002 to ensure the food being shipped to Labrador communities meets basic quality requirements as set out in the guidelines. Additional training on proper packaging, storage facilities, handling and sanitation will be provided to Labrador retailers as requested. Guidelines and training will also be implemented elsewhere for the benefit of other Northern communities.

APPENDICES

HOUSEHOLD SURVEY ON FOOD QUALITY IN LABRADOR

Community: _____

1. How would you describe the quality of the following kinds of food sold in your community IN THE PAST 3 MONTHS (December, January, February)?

	Poor	Fair	Good	Excellent
Apples, oranges	☐	☐	☐	☐
Bananas, grapes	☐	☐	☐	☐
Berries	☐	☐	☐	☐
Potatoes	☐	☐	☐	☐
Carrots, onions, turnips, cabbage	☐	☐	☐	☐
Lettuce, tomatoes, peppers	☐	☐	☐	☐
Broccoli, cauliflower	☐	☐	☐	☐
Bread	☐	☐	☐	☐
Eggs	☐	☐	☐	☐
Fresh milk	☐	☐	☐	☐
Fresh meat	☐	☐	☐	☐
Frozen meat	☐	☐	☐	☐
Frozen vegetables	☐	☐	☐	☐
Other frozen food	☐	☐	☐	☐

2. Is there enough variety of fresh fruit and vegetables available?

☐ Never ☐ Sometimes ☐ Most of the time ☐ Always

3. Which of the following foods have you bought IN THE PAST 4 WEEKS?

Fresh fruit:	☐Apples	☐Oranges	☐Bananas	☐Grapes	☐Berries
	☐Kiwi	☐Plums	☐Melons	☐Grapefruit	☐Other
Fresh vegetables:	☐Lettuce	☐Broccoli	☐Tomatoes	☐Cauliflower	☐Turnips
	☐Cabbage	☐Onions	☐Peppers	☐Carrots	☐Potatoes
	☐Cucumber	☐Celery	☐Squash	☐Spinach	☐Mushrooms
Milk products:	☐Fresh milk	☐Boxed milk	☐Cheese	☐Yogurt	☐Ice cream
	☐Powdered milk		☐Evaporated milk		
Frozen food:	☐Frozen meat		☐Frozen pizza		☐Frozen fish
	☐French fries		☐Other frozen vegetables		☐Frozen juice

4. Since this time last year, has the quality of food in your community

- ☐ improved a lot?
- ☐ improved a little?
- ☐ stayed the same?
- ☐ become worse?

5. When do you find the quality of food to be best and worst?

Best in	Worst in
☐ Spring	☐ Spring
☐ Summer	☐ Summer
☐ Fall	☐ Fall
☐ Winter	☐ Winter

6. If the quality of fresh fruit and vegetables improved in your community, would you buy more of these foods?

☐ Yes, a lot more ☐ Yes, a bit more ☐ No ☐ Don't know

7. What is keeping you from buying <u>more fresh fruit and vegetables</u>? (Check all that apply.)

- ☐ They cost too much
- ☐ Poor quality
- ☐ Not enough variety
- ☐ Often not available
- ☐ Don't know how to use them
- ☐ They don't keep well at home
- ☐ Prefer canned products
- ☐ Don't like the taste
- ☐ Too much trouble to cook them
- ☐ Don't need these foods to be healthy
- ☐ Already eat a lot of these foods
- ☐ Can't digest these foods
- ☐ Can't afford them
- ☐ Prefer frozen products
- ☐ Another reason: _____

8. Since this time last year, how has the price of fresh fruit and vegetables in your community changed?

- ☐ Gone up
- ☐ Gone down
- ☐ Stayed the same
- ☐ Don't know

9. Different groups of people may not have the same opinion about the foods available in your community. Therefore, it would be helpful if you would tell us which group you belong to:

☐ Inuit ☐ Innu ☐ Metis ☐ Other

10. Where do you usually buy fresh fruit and vegetables?

COMMENTS AND SUGGESTIONS:

Are there any fresh or frozen foods you would like to see at the store that are not usually available?

- ☐ No
- ☐ Yes⇨ Please name them:

Do you have any comments or suggestions about the quality, variety or price of fresh and frozen food sold in your community?

RETAILER SURVEY ON FOOD QUALITY IN LABRADOR

1. How would you describe the quality of the following kinds of food available in your store IN THE PAST THREE MONTHS (December, January, February)?

	Poor	Fair	Good	Excellent
Apples, oranges	☐	☐	☐	☐
Bananas, grapes	☐	☐	☐	☐
Berries	☐	☐	☐	☐
Potatoes	☐	☐	☐	☐
Carrots, onions, turnips, cabbage	☐	☐	☐	☐
Lettuce, tomatoes, peppers	☐	☐	☐	☐
Broccoli, cauliflower	☐	☐	☐	☐
Bread	☐	☐	☐	☐
Fresh milk	☐	☐	☐	☐
Fresh meat	☐	☐	☐	☐
Frozen meat	☐	☐	☐	☐
Frozen vegetables	☐	☐	☐	☐
Other frozen food	☐	☐	☐	☐

2. Is there enough variety of fresh fruit and vegetables available in your store?

☐ Never ☐ Sometimes ☐ Most of the time ☐ Always

3. Which of the following foods have you received as <u>FOOD MAIL</u> IN THE PAST MONTH (February)? (Check all that apply.)

Fresh fruit:	☐Apples	☐Oranges	☐Bananas	☐Grapes	☐Berries
	☐Kiwi	☐Plums	☐Melons	☐Grapefruit	☐Other
Fresh vegetables:	☐Lettuce	☐Broccoli	☐Tomatoes	☐Cauliflower	☐Turnips
	☐Cabbage	☐Onions	☐Peppers	☐Carrots	☐Potatoes
	☐Cucumber	☐Celery	☐Squash	☐Spinach	☐Mushrooms
Milk products:	☐Fresh milk	☐ UHT milk	☐Cheese	☐Yogurt	☐Ice cream
	☐Powdered milk		☐Evaporated milk		
Frozen food:	☐Frozen meat		☐Frozen pizza		☐Frozen fish
	☐French fries		☐Other frozen vegetables		☐Frozen juice

4. Since this time last year, has the quality of food in your store

- ☐ improved a lot?
- ☐ improved a little?
- ☐ stayed the same?
- ☐ become worse?

5. When do you find the quality of food to be best and worst?

<u>Best in</u>	<u>Worst in</u>
☐ Spring	☐ Spring
☐ Summer	☐ Summer
☐ Fall	☐ Fall
☐ Winter	☐ Winter

6. If the quality of fresh fruit and vegetables improved in your store, do you think you would you sell more of these foods?

☐ Yes, a lot more ☐ Yes, a bit more ☐ No ☐ Don't know

7. If the quality of the fresh food improved, would you:

- ☐ increase prices, because customers would be willing to pay more?
- ☐ lower prices, because you would have less spoilage?
- ☐ continue to charge the same price?

8. How often do you get complaints from customers about food quality?

☐ Never ☐ Once in a while ☐ Every week ☐ Every day

9. What do you think is the <u>main cause</u> of the problems you have with the quality of fresh food at this time of the year?

- ☐ Poor handling by the airline
- ☐ Flight delays
- ☐ Poor quality available from suppliers in Happy Valley-Goose Bay
- ☐ Damage in getting the food from the airport to your store
- ☐ Poor temperature control on the plane
- ☐ Packaging not adequate
- ☐ Storage facilities at the airport not adequate
- ☐ Don't have problems with quality
- ☐ Don't know
- ☐ Other causes (please explain)

10. How much of the following foods have you thrown out because of poor quality or spoilage in a typical week DURING THE PAST THREE MONTHS (December, January, February)?

	Under 5%	5-10%	10-20%	20-40%	Over 40%	Don't sell
Apples	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Oranges, grapefruit	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Bananas, grapes	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Berries	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Potatoes	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Carrots, cabbage	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Lettuce, peppers	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tomatoes	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Fresh milk	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Cheese, yogurt	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Affaires indiennes et du Nord Canada
Indian and Northern Affairs Canada

Résultats du sondage sur la qualité des aliments dans six collectivités isolées du Labrador, mars 2001

Canada

Résultats du sondage sur la qualité des aliments dans six collectivités isolées du Labrador, mars 2001

« L'objectif du Programme d'approvisionnement alimentaire par la poste est d'acheminer dans les collectivités isolées du Nord des aliments nutritifs de qualité et à prix abordable. Ce programme est un élément important des efforts constants que nous déployons pour améliorer l'état de santé des collectivités du Nord. »

L'honorable Robert Nault
Ministre des Affaires indiennes et du Nord canadien

Préparé par Luc L. Ladouceur et Frederick Hill

Affaires indiennes et du Nord Canada
Janvier 2002

Publié avec l'autorisation du
ministre des Affaires indiennes
et du Nord canadien,
Ottawa, 2001
www.ainc-inac.gc.ca

QS-8612-000-FF-A1
N° de catalogue R2-186/2001F
ISBN 0-662-86497-2

© Ministre des Travaux publics et
Services gouvernementaux Canada

This publication is also available in
English under the title :

*Results of the Survey on Food Quality
in Six Isolated Communities in Labrador, March 2001*

Table des matières

Remerciements v

Sommaire 1

Contexte 3

Méthodologie 4

Principaux résultats

Qualité de divers aliments 6

Problèmes de qualité de certaines denrées relevés par les détaillants 8

Modification à la qualité depuis l'année précédente 9

Écart des prix depuis l'an dernier 9

Y a-t-il une saison pendant laquelle la qualité des aliments est meilleure, et une saison pendant laquelle elle est pire? 10

Ce que feraient les consommateurs si la qualité s'améliorait 10

Répercussions de l'amélioration de la qualité sur les prix 11

Principale cause de la piètre qualité selon les détaillants 11

Détérioration des aliments 12

Variété de fruits et légumes disponibles 12

Aliments frais achetés par les consommateurs ou reçus par les détaillants le mois précédent 15

Ce qui retient le consommateur d'acheter plus de fruits et légumes 17

Aliments non acheminés aux collectivités du Labrador 17

Plaintes du consommateur 18

Commentaires et suggestions 18

Conclusion **19**

Annexes **21**

Questionnaire pour le consommateur (acheteur)

Questionnaire pour le détaillant

Remerciements

Les auteurs désirent remercier les résidants et les détaillants des collectivités du Labrador sans qui la réalisation de ce rapport aurait été impossible.

Ils aimeraient également remercier les personnes suivantes pour leur appui :

Rhonda Turner (AINC), qui a conçu la base de données, saisi celles-ci et en a fait une analyse préliminaire;

Anne Dumaresq et Tracey Yantha (AINC), qui ont dactylographié les commentaires des répondants;

Susan Beaubier (Santé Canada), Jean-Pierre Émond (Université Laval) et Margaret Webb (Commission des services de santé des Inuits du Labrador), qui ont fourni des conseils sur le contenu du questionnaire adressé aux familles;

Johannes Lampe (Commission des services de santé des Inuits du Labrador), qui a traduit en inuktitut le questionnaire adressé aux familles;

Édouard Larocque, Josette Longtin et Ed Miller (Postes Canada), qui ont fourni des conseils sur le contenu du projet et lancé le projet pilote.

SOMMAIRE

Le gouvernement fédéral a mis sur pied le Service aérien omnibus du Nord afin que les habitants des collectivités isolées puissent acheter à bon prix des aliments périssables nutritifs. Affaires indiennes et du Nord Canada (AINC) administre ce service, également appelé Programme d'approvisionnement alimentaire par la poste, et fournit des fonds à Postes Canada pour le transport de ces denrées par avion jusqu'aux collectivités isolées. Ce financement aide à maintenir le prix des aliments abordable.

En février 2000, une rencontre a eu lieu avec les détaillants du Labrador, qui s'étaient dits préoccupés par la qualité des aliments qu'ils recevaient. On a déterminé que la principale source du problème était la manutention par les grossistes, les sociétés de transport et les détaillants. À la suite de cette réunion, un projet pilote a été élaboré et lancé dans les collectivités desservies par Happy Valley-Goose Bay, le point d'entrée des aliments expédiés au Labrador dans le cadre du Programme d'approvisionnement alimentaire par la poste.

On s'est servi des constatations d'un rapport préparé par le Groupe de recherche sur le transport cargo aérien de l'Université Laval pour former les différents intervenants à la manutention appropriée des aliments périssables pendant l'entreposage et le transport. Depuis mars 2001, les grossistes, les camionneurs, le personnel du fret aérien et les détaillants ont reçu une formation approfondie sur les conditions optimales d'entreposage et de transport des aliments périssables. Cette formation portait sur les pratiques en matière d'emballage, de réglage de la température et de ségrégation des aliments qui permettent de les conserver plus longtemps.

Avant le début du projet pilote, on a sondé les résidants et les détaillants dans six collectivités du Labrador en mars 2001 pour obtenir des données de base sur le degré de satisfaction de ceux-ci relativement à la qualité et à la variété d'aliments périssables qui leur sont offerts. Ces collectivités étaient Black Tickle, Hopedale, Makkovik, Nain, Postville et Rigolet.

Les principales constatations du sondage aideront à évaluer l'incidence des consignes élaborées pour l'emballage, l'entreposage, la manutention et les techniques sanitaires ainsi que de la formation offerte aux intervenants précités en vue d'améliorer la qualité des aliments périssables. AINC effectuera un second sondage en mars 2002 afin de vérifier si la qualité des aliments s'est améliorée depuis le premier sondage. D'autres collectivités nordiques tireront profit de ces renseignements, car les améliorations qui se seront révélées utiles au Labrador seront apportées ailleurs.

On a également posé aux détaillants et aux consommateurs une série de questions sur la variété des aliments offerts aux résidants du Nord. Ce volet n'était pas relié directement au principal but du projet pilote, mais nous croyons que l'objectif prépondérant d'améliorer la santé des résidants du Nord ne peut être atteint sans l'accès à une variété de denrées fraîches de grande qualité.

La majorité des consommateurs du Labrador ont indiqué que seuls les œufs et le lait frais étaient de bonne ou d'excellente qualité et que les autres produits dont les fruits, les légumes et le pain étaient de qualité pauvre ou passable. Par contre, la plupart des détaillants ont dit que la qualité de ces mêmes aliments était bonne ou excellente.

Lorsqu'on a demandé aux consommateurs si le prix ou la qualité des aliments avaient changé de manière perceptible depuis l'année précédente, la plupart ont répondu qu'ils croyaient que les prix avaient augmenté. Ils ont également dit qu'à leur avis, la qualité était demeurée la même.

Pour ce qui est des écarts saisonniers dans la qualité des aliments, la plupart des consommateurs ont affirmé que l'été était la meilleure saison et 41 % d'entre eux étaient d'avis que l'hiver était la pire. La moitié des détaillants ont par contre dit que l'automne était la meilleure saison, et l'été a été jugé la pire des saisons par le tiers d'entre eux.

Les détaillants ont imputé les problèmes de qualité aux retards des vols. Ils ont également avancé d'autres causes, mais le transport de l'aéroport aux épiceries n'en faisait pas partie.

Pour ce qui est de la variété de fruits et de légumes, au moins 80 % des consommateurs du Labrador ont indiqué qu'il n'y en avait pas du tout ou pas assez. En contrepartie, 80 % des détaillants ont dit que la variété de fruits et de légumes frais qu'ils pouvaient offrir était la plupart du temps satisfaisante.

Les consommateurs ont donné cinq grandes raisons les empêchant d'acheter plus de fruits et de légumes frais. Selon la majorité d'entre eux, ces produits sont trop chers, ils ne sont pas disponibles régulièrement, leur qualité est douteuse et le choix, trop limité. Par ailleurs, 41 % des consommateurs ont mentionné qu'ils n'avaient pas l'argent nécessaire pour les acheter.

Lorsqu'on a demandé aux détaillants à quelle fréquence ils avaient reçu des plaintes au sujet de la qualité des aliments, 33 % d'entre eux ont répondu n'en avoir jamais reçu et les autres, qu'ils en recevaient de temps à autre. Ces réponses des détaillants étonnent si on tient compte des résultats du sondage auprès des consommateurs.

D'après les constatations, la qualité et la variété des denrées fraîches et congelées au Labrador laissent à désirer. Dans notre sondage, les consommateurs ont fait connaître à plusieurs reprises leur insatisfaction à l'égard de la qualité des produits vendus dans leur collectivité et de leur prix trop élevé. D'autre part, les détaillants sondés semblent croire que leurs produits ne présentent aucune lacune sérieuse, et ils prétendent offrir en tout temps un large éventail d'aliments frais et congelés de qualité. La forte divergence d'opinion entre les consommateurs et les détaillants quant à la qualité des aliments est certainement l'une des principales conclusions du présent rapport.

CONTEXTE

Le gouvernement fédéral a mis sur pied le Service aérien omnibus du Nord afin que les habitants des collectivités isolées puissent acheter à bon prix des aliments périssables nutritifs. Affaires indiennes et du Nord Canada (AINC) administre ce service, également appelé Programme d'approvisionnement alimentaire par la poste, et fournit des fonds à Postes Canada pour le transport de ces denrées par avion jusqu'aux collectivités isolées. Ce financement aide à maintenir le prix des aliments abordable.

En février 2000, une rencontre a eu lieu avec les détaillants du Labrador, qui s'étaient dits préoccupés par la qualité des aliments expédiés dans leurs collectivités. On a déterminé que la principale source du problème était la manutention par les grossistes, les sociétés de transport et les détaillants. À la suite de cette réunion, un projet pilote a été élaboré et lancé dans les collectivités desservies par Happy Valley-Goose Bay, le point d'entrée des aliments expédiés au Labrador dans le cadre du Programme d'approvisionnement alimentaire par la poste.

Le Groupe de recherche sur le transport cargo aérien de l'Université Laval a rédigé un rapport intitulé *Quality of perishable products (fruits and vegetables) during distribution in Labrador*. Dans ce rapport, les chercheurs ont cerné les conditions environnementales à la source de la piètre qualité des aliments périssables expédiés au Labrador depuis le point de départ à Montréal jusqu'à leur destination. Leurs travaux avaient pour but d'aider les parties concernées à améliorer ces conditions et, par le fait même, la qualité et la fraîcheur des aliments.

Les constatations des chercheurs ont servi à former tous les intervenants à la manutention appropriée des denrées périssables à l'entrepôt et pendant le transport. Les grossistes, les camionneurs, le personnel du fret aérien et les détaillants ont reçu une formation approfondie sur les conditions optimales d'entreposage et de transport des aliments périssables, ce qui comprend les pratiques en matière d'emballage, de réglage de la température et de ségrégation des aliments qui permettent de les conserver plus longtemps.

Entre-temps, un questionnaire a été distribué aux résidants et aux détaillants dans six collectivités du Labrador en mars 2001 pour obtenir des données de base sur le degré de satisfaction de ceux-ci relativement à la qualité et à la variété d'aliments périssables qui leur sont offerts. Ces collectivités étaient Black Tickle, Hopedale, Makkovik, Nain, Postville et Rigolet. Le détaillant de Davis Inlet a également reçu le questionnaire à l'intention des détaillants.

Le présent rapport résume les principales constatations du sondage. Celles-ci aideront à évaluer l'incidence des consignes élaborées pour l'emballage, l'entreposage, la manutention et les techniques sanitaires ainsi que de la formation offerte aux intervenants

précités en vue d'améliorer la qualité des aliments périssables. AINC effectuera un second sondage en mars 2002 afin de vérifier si la qualité des aliments s'est améliorée depuis le premier sondage. D'autres collectivités nordiques tireront profit de ces renseignements, car les améliorations qui se seront révélées utiles au Labrador seront ensuite apportées ailleurs.

Le sondage comportait également une série de questions sur la variété des aliments offerts aux résidants du Nord. Ce volet n'était pas relié directement au principal but du projet pilote, mais nous croyons que l'objectif prépondérant d'améliorer la santé des résidants du Nord ne peut être atteint sans l'accès à une variété de denrées fraîches de grande qualité.

MÉTHODOLOGIE

Les tableaux et figures présentent les données recueillies et totalisées à l'issue du sondage distribué au début de mars 2001 à toutes les familles ainsi qu'à tous les détaillants de produits frais et congelés dans six collectivités du Labrador – Black Tickle, Hopedale, Makkovik, Nain, Postville et Rigolet. Toutes ces collectivités reçoivent leurs aliments frais et congelés de grossistes se trouvant à Happy Valley-Goose Bay et elles se prévalent du Programme d'approvisionnement alimentaire par la poste.

Les familles et les détaillants ont reçu le questionnaire par courrier. Nous avons demandé aux détaillants et aux responsables de l'achat des aliments au sein du ménage qui avaient accepté de remplir le questionnaire de le renvoyer dans l'enveloppe pré-affranchie. La personne concernée pouvait répondre en anglais ou en inuktitut, car les deux questionnaires avaient été fournis. Nous avons mentionné aux répondants qu'ils recevraient les résultats plus tard dans l'année. Le taux de réponse a été de 29 %, ce qui est un excellent résultat pour un sondage par la poste. Ce taux allait de 25 % à Black Tickle et Postville à 44 % à Rigolet (le **tableau 1** donne plus de précisions).

Tableau 1. Sondage auprès des familles au Labrador – Taux de réponse

	Envoyés	Retournés					Taux de réponse (%)
		Inuits	Innus	Métis	Autre	Total	
Black Tickle	100			17	8	25	25
Hopedale	172	38			9	47	27
Makkovik	123	32		2	10	44	36
Nain	383	91		1	9	101	26
Postville	76	13	1		5	19	25
Rigolet	75	24	1	1	7	33	44
Total	929	198	2	21	48	269	29

Le **tableau 1** reprend les groupes indiqués à la question 9 du questionnaire, laquelle portait sur le type d'ascendance autochtone des répondants. Nous avions posé cette question pour mener des analyses sur des groupes autochtones si les réponses indiquaient que ceux-ci avaient des perceptions différentes. Cependant, nous n'avons dégagé aucune différence marquée pendant l'analyse préliminaire et nous ne présentons pas, dans le rapport, de résultats distincts pour chaque groupe.

Les 14 détaillants des collectivités du Labrador ont reçu un questionnaire un peu différent de celui envoyé aux familles. Six d'entre eux ont répondu au questionnaire, pour un taux de réponse de 43 %. L'échantillon étant petit, il faut user de prudence dans l'interprétation des résultats de ce sondage. Cependant, au moins un détaillant a répondu au questionnaire dans la plupart des collectivités sondées.

Différences entre le questionnaire envoyé aux consommateurs et celui envoyé aux détaillants

Les questionnaires destinés aux deux groupes étaient sensiblement les mêmes. Nous avons élaboré des questions permettant de comparer les deux groupes. À titre d'exemple, nous avons demandé aux consommateurs à la question 3 d'indiquer les aliments qu'ils avaient achetés au cours des quatre dernières semaines, alors que nous avons demandé aux détaillants de préciser les aliments qu'ils avaient reçus par la poste pendant la même période. Les questions 1 à 6 sont semblables et les réponses permettent de comparer les deux groupes. Cependant, les questions 7 à 10 sont différentes et le questionnaire destiné aux détaillants comportait une question additionnelle. (Consultez les annexes pour obtenir des précisions.)

Pourcentages dans les tableaux et graphiques

Afin de mieux expliquer les résultats, nous avons converti en pourcentages les données brutes obtenues auprès des consommateurs et des détaillants. Le total des pourcentages dans les graphiques n'est pas toujours de 100 %, car la plupart du temps, on n'a pas tenu compte des réponses « sans objet » ou des questions laissées sans réponse.

Utilisation d'index

Pour mieux expliquer les résultats, nous avons aussi utilisé des index sommaires pour les questions 1 et 2. Ceux-ci ne doivent pas servir à déterminer les différences absolues entre les collectivités, quoiqu'ils permettent d'établir un ordre croissant parmi les cotes attribuées. Rappelez-vous cependant que cet ordre ne vous permet pas de cerner dans quelle mesure la qualité des aliments est meilleure ou pire d'une collectivité à l'autre.

PRINCIPAUX RÉSULTATS

« Donnez un suivi à mes réponses s'il vous plaît! »

Qualité de divers aliments

La première question était la suivante : « Comment décririez-vous la qualité des types suivants de nourriture vendue dans votre collectivité CES TROIS DERNIERS MOIS (décembre 2000, janvier et février 2001)? » Nous avons demandé aux consommateurs de donner à la qualité des denrées périssables une des cotes suivantes – pauvre, passable, bonne ou excellente. Nous avons également comptabilisé les questions laissées sans réponse.

Les réponses à la première question variaient beaucoup, allant de « bonne » à « excellente » pour la qualité des œufs et de « pauvre » à « passable » pour celle de la viande fraîche. On a toutefois relevé d'une collectivité à l'autre des tendances très similaires quant à la qualité perçue des aliments. À titre d'exemple, plus de 75 % des consommateurs sondés ont dit que la qualité des bananes et des raisins était pauvre ou passable. En outre, plus de 77 % des consommateurs ont indiqué que la qualité de la viande congelée était pauvre ou passable et 41 % ont dit qu'elle était de piètre qualité. Voici dans l'ordre décroissant les aliments dont la qualité a été jugée de pauvre à passable – viande congelée (77 %), bananes et raisins (75 %), laitue, tomates et poivrons (73 %), petits fruits (68 %), viande fraîche (67 % et 46 % la qualifiant de pauvre), pommes et oranges (67 %), brocoli et chou-fleur (64 %), pommes de terre (59 %), carottes, oignons, navets et choux (56 %), légumes congelés (55 %) et pain (51 %).

Seulement deux produits ont reçu la cote « bonne » ou « excellente » de la majorité des consommateurs – œufs (74 %) et lait frais (59 %).

Il faut mentionner que les petits fruits et la viande fraîche ont reçu le plus grand pourcentage de S.O. Les consommateurs ont mentionné dans leurs commentaires que ces produits n'étaient tout simplement pas disponibles.

Tableau 2. Cotes de qualité par les consommateurs du Labrador

	Pauvre	Passable	Bonne	Excellente	S.O.	Total
a. Pommes, oranges	14 %	53 %	30 %	3 %	0 %	100 %
b. Bananes, raisins	23 %	52 %	22 %	3 %	0 %	100 %
c. Petits fruits	37 %	31 %	19 %	2 %	11 %	100 %
d. Pommes de terre	15 %	44 %	35 %	5 %	0 %	100 %
e. Carottes, oignons, navets, choux	8 %	48 %	40 %	5 %	0 %	100 %
f. Laitue, tomates, poivrons	23 %	50 %	23 %	3 %	0 %	100 %
g. Brocoli, chou-fleur	18 %	46 %	32 %	3 %	1 %	100 %
h. Pain	15 %	36 %	40 %	7 %	1 %	100 %
i. Œufs	2 %	24 %	57 %	17 %	0 %	100 %
j. Lait frais	11 %	28 %	47 %	12 %	3 %	100 %
k. Viande fraîche	46 %	21 %	14 %	5 %	15 %	100 %
l. Viande congelée	41 %	36 %	17 %	5 %	0 %	100 %
m. Légumes congelés	15 %	40 %	38 %	6 %	2 %	100 %
n. Autres	17 %	49 %	30 %	4 %	1 %	100 %

Figure 1. Perception de la qualité des aliments chez les consommateurs du Labrador

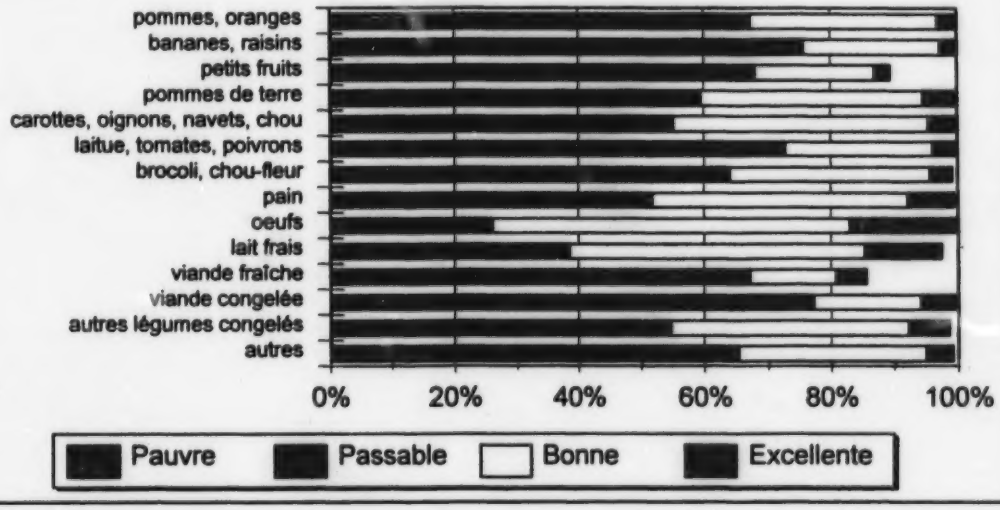
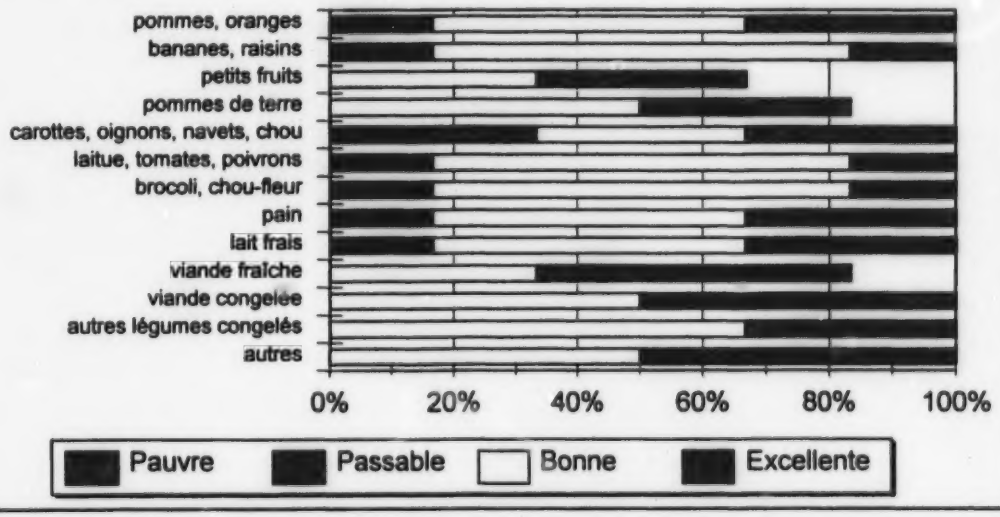


Figure 2. Perception de la qualité des aliments chez les détaillants du Labrador



La question très semblable posée aux détaillants était la suivante : « Comment décririez-vous la qualité des types suivants de nourriture disponible dans votre commerce CES TROIS DERNIERS MOIS (décembre 2000, janvier et février 2001)? ». La plupart ont dit que tous les produits étaient de qualité bonne à excellente et ils ont indiqué que celle des produits suivants était passable : bananes et raisins, carottes, oignons, navets et choux, laitue, tomates et poivrons, brocoli et chou-fleur, pain et lait frais. Un seul détaillant a affirmé que les pommes et les oranges étaient de piètre qualité.

Les œufs n'étaient pas compris dans le questionnaire destiné aux détaillants.

Afin de pouvoir connaître le degré de satisfaction des consommateurs et des détaillants dans chacune des collectivités, nous avons élaboré un index en multipliant par 1 les cotes « pauvre », par 2 les cotes « passable », par 3 les cotes « bonne » et par 4 les cotes « excellente ». Ces totaux ont ensuite été divisés par le nombre de consommateurs ayant coté le produit pour obtenir un pointage pour les consommateurs de chaque collectivité, un pour l'ensemble des consommateurs et un pour tous les détaillants. Les pointages moyens vont de 2,04 pour les consommateurs de Postville à 3,23 pour les détaillants, ce qui se traduit par le moins de satisfaction chez les consommateurs de Postville et le plus de satisfaction chez les détaillants. Le **tableau 3** contient plus de précisions.

Tableau 3. Index de la qualité perçue des aliments

Postville	2,04
Rigolet	2,16
Hopedale	2,18
Nain	2,24
Consommateurs	2,25
Makkovik	2,31
Black Tickle	2,55
Détaillants	3,23

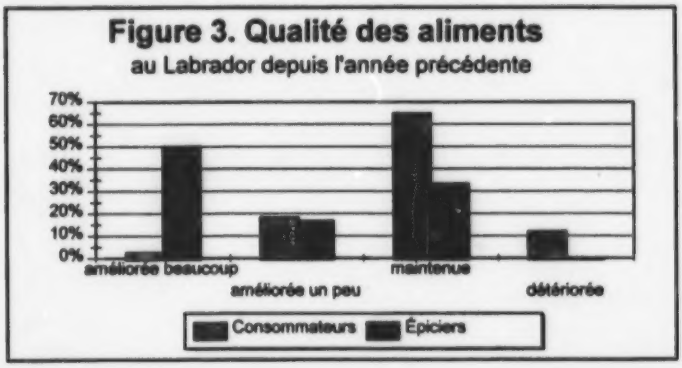
Problèmes de qualité de certaines denrées relevés par les détaillants

Dans une question complémentaire, nous avons demandé aux détaillants d'indiquer les produits dont la qualité laisse le plus à désirer. Ils ont répondu qu'il s'agissait des bananes, des pommes Red Delicious, du lait frais, des raisins, des carottes, du chou et du brocoli. Ces réponses rejoignent celles des consommateurs, sauf pour ce qui est du lait frais, l'un des rares produits dont la qualité a été jugée de bonne à excellente par la majorité de ces personnes.

Modification à la qualité depuis l'année précédente

Dans une autre question complémentaire, nous avons demandé aux consommateurs et aux détaillants s'ils avaient relevé une différence dans la qualité des produits depuis l'an dernier. Selon les réponses proposées, la qualité s'était « améliorée beaucoup », « améliorée un peu », « maintenue » ou « détériorée ». En tout, 20 % des consommateurs ont noté une amélioration, mais la majorité (65 %) ont dit que la qualité s'était maintenue. Par ailleurs, une personne sur dix (12 %) a affirmé qu'elle s'était détériorée.

Pour ce qui est des détaillants, 67 % ont dit que la qualité était meilleure et 33 %, qu'elle s'était maintenue. La **figure 3** contient tous les chiffres.



Écart des prix depuis l'an dernier

La question 8 adressée aux consommateurs se lisait comme suit : « Depuis cette période l'an dernier, comment le prix des fruits et légumes frais a-t-il changé dans votre collectivité? » La plupart d'entre eux (63 %) ont répondu que les prix avaient augmenté depuis l'an dernier à la même époque. En réponse à la question 4, une proportion quasi identique (65 %) de personnes étaient d'avis que la *qualité* des aliments frais s'était maintenue, et une autre proportion très semblable de personnes croyaient que les *prix* avaient augmenté. Si les frais de transport sont une des principales causes de la hausse des prix (en raison de l'augmentation du coût du carburant), les coûts d'affranchissement du Programme d'approvisionnement alimentaire par la poste, eux, sont restés les mêmes depuis 1993 à l'exception d'une légère modification à la liste des produits admissibles en 1996. Donc, si les prix ont augmenté comme le prétendent les consommateurs, d'autres facteurs que l'affranchissement, dont le coût du camionnage et du chauffage des serres et des entrepôts, peuvent être à l'origine de la hausse.

Y a-t-il une saison pendant laquelle la qualité des aliments est meilleure, et une saison pendant laquelle elle est pire?

Afin de savoir si les saisons avaient une incidence sur la qualité des aliments, nous avons demandé aux consommateurs et aux détaillants à quel moment celle-ci était la meilleure, et à quel autre moment celle-ci était la pire. Notre choix de réponses comprenait le printemps, l'été, l'automne et l'hiver, et les répondants ont utilisé toutes les combinaisons possibles en choisissant plus d'une saison. Cependant, nous avons retenu les cinq réponses les plus courantes qui étaient, pour la meilleure saison, le printemps, l'été, l'automne, l'hiver et l'été-automne, et pour la pire, le printemps, l'été, l'automne, l'hiver et le printemps-hiver.

Pour ce qui est de la meilleure saison, plus de 56 % des consommateurs ont choisi l'été, 50 % des détaillants ont choisi l'automne et une autre proportion de 33 % des détaillants ont mentionné le printemps. En ce qui a trait à la pire saison, 41 % des consommateurs ont choisi l'hiver tandis que 33 % des détaillants ont choisi l'été. Aucun des détaillants n'a dit que la qualité était meilleure l'été. Cette tendance est identique à celle que nous avons relevée dans les autres questions sur la qualité et elle met en évidence la forte divergence d'opinion entre les consommateurs et les détaillants, divergence dont les raisons nous sont inconnues. Les **figures 4 et 5** donnent plus de précisions.

Figure 4. Meilleure qualité des aliments dans les épiceries du Labrador

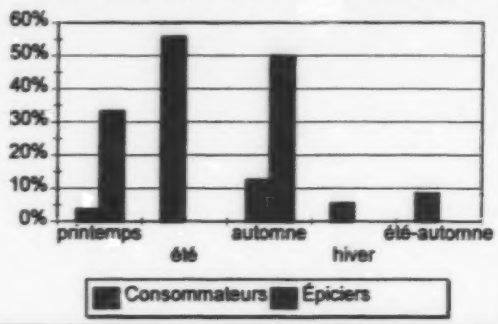
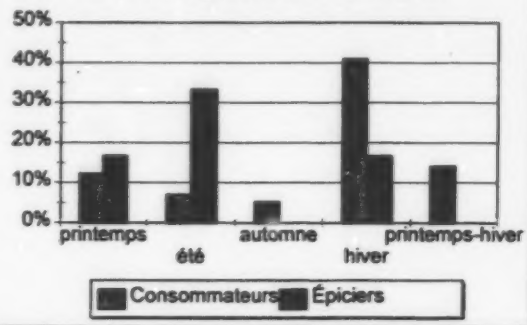


Figure 5. Pire qualité des aliments dans les épiceries du Labrador



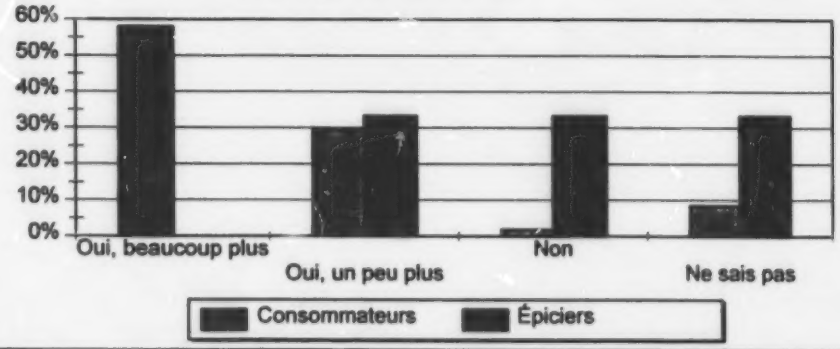
Ce que feraient les consommateurs si la qualité s'améliorait

Lorsque nous leur avons demandé ce qu'ils feraient si la qualité des fruits et des légumes frais s'améliorait, 58 % des consommateurs ont dit qu'ils en achèteraient beaucoup plus et 30 %, un peu plus.

Lorsque nous leur avons demandé s'ils vendraient plus de fruits et de légumes frais si

la qualité était meilleure, 33 % des détaillants ont affirmé qu'ils en écouleraient un peu plus, 33 % ont dit qu'ils ne croyaient pas qu'ils en vendraient davantage et 33 % ont admis ne pas savoir ce qui se passerait. La **figure 6** présente toutes les données.

Figure 6. Acheter ou vendre plus?
si la qualité s'améliorait



Répercussions de l'amélioration de la qualité sur les prix

Étant donné que le but était de rehausser la qualité des denrées fraîches en améliorant la manutention pendant le transport des grossistes aux détaillants, nous avons demandé à ces derniers si une amélioration de la qualité pouvait entraîner une modification du prix des produits. Les détaillants avaient le choix de répondre qu'une augmentation entraînerait une majoration des prix parce que le consommateur accepterait de payer plus cher, qu'elle entraînerait une baisse des prix car les pertes dues à la détérioration seraient moindres, ou encore, que les prix resteraient tels quels. La moitié des détaillants ont dit qu'ils laisseraient les prix tels quels et un tiers d'entre eux ont indiqué qu'ils baisseraient leurs prix. Aucun des détaillants, sauf un qui n'a pas répondu à la question, n'a déclaré qu'il hausserait ses prix.

Principale cause de la piètre qualité selon les détaillants

Nous avons présenté à la question 9 huit causes possibles de la piètre qualité des denrées fraîches. La moitié des détaillants ont choisi les retards des vols comme étant la principale cause de la piètre qualité et un tiers ont indiqué les raisons suivantes : mauvaise manutention par la compagnie aérienne, aliments de mauvaise qualité chez les grossistes de Happy Valley-Goose Bay, mauvais contrôle de la température à bord de l'avion et entrepôts inadéquats à l'aéroport. Un autre tiers ont indiqué que la qualité ne constituait pas un problème et l'un des détaillants a mentionné que l'emballage laissait à désirer. Personne n'a choisi l'endommagement dans le transport de l'aéroport à l'épicerie.

Détérioration des aliments

À la question 10, nous avons demandé aux détaillants : « Quelle quantité des aliments ci-dessous avez-vous dû jeter pendant une semaine normale AU COURS DES TROIS DERNIERS MOIS (décembre 2000, janvier et février 2001) parce qu'ils étaient de mauvaise qualité ou détériorés? ». La majorité des détaillants ont dit qu'ils avaient jeté moins de 5 % de la plupart des aliments énumérés. Certains ont affirmé en avoir jeté de 5 % à 10 % et, pour chacun des produits suivants – pommes, bananes et raisins, lait frais – un seul détaillant (pas nécessairement le même) a répondu en avoir jeté de 10 % à 20 %. Un autre détaillant a indiqué qu'il avait dû jeter de 20 % à 40 % des carottes et du chou.

Aucune norme sur la détérioration n'a été établie dans le secteur de la vente au détail des aliments. Cependant, on reconnaît qu'en général, de 3 % à 17 % des aliments se détériorent et que les denrées rapidement périssables se situent à l'extrémité supérieure de cette échelle. Si on tient compte des défis que présentent le transport et principalement les conditions météorologiques au Labrador et dans les collectivités du Nord, le fait que la plupart des détaillants du Labrador déclarent des pertes de denrées fraîches inférieures à 5 % apparaît digne de mention. Donc, si 95 % des denrées fraîches sont vendues comme l'affirment les détaillants, on ne doit pas s'étonner des résultats indiquant que les consommateurs sont insatisfaits de la qualité.

Variété de fruits et légumes disponibles

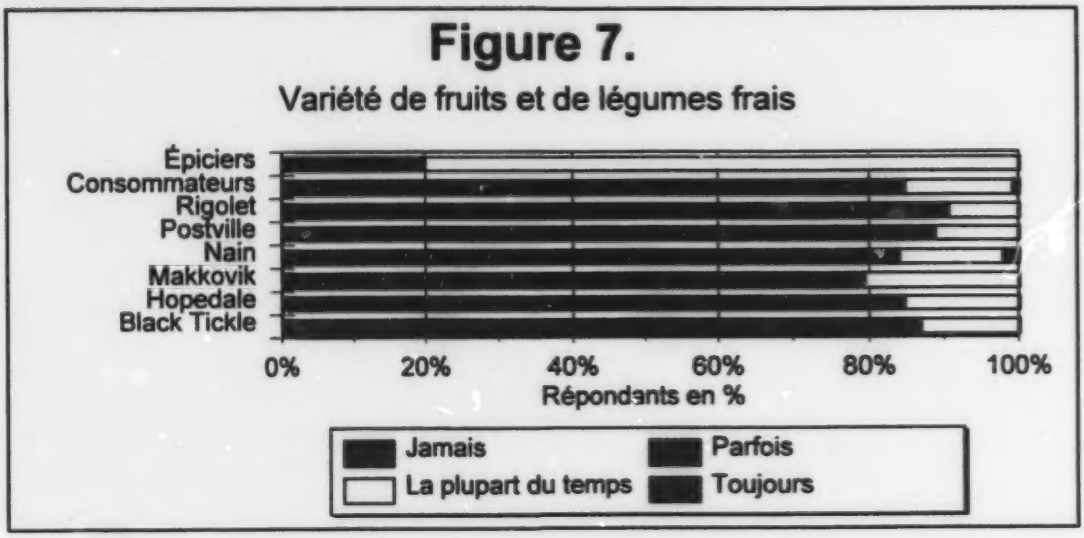
Dans la question 2, nous demandions aux consommateurs : « Les fruits et légumes frais offerts sont-ils assez variés ? ». Les répondants avaient les choix suivants : jamais, parfois, la plupart du temps, toujours.

En tout, 80 % des consommateurs ou plus ayant répondu dans les collectivités sondées au Labrador ont indiqué que ces produits n'étaient jamais disponibles ou qu'ils ne l'étaient que parfois, et 61 % des répondants à Postville ont dit que la variété était toujours insatisfaisante.

Par contre, seulement 20 % des détaillants ont répondu qu'ils avaient parfois assez de variété et 80 % ont dit que la plupart du temps, ils étaient en mesure d'offrir un large éventail de fruits et de légumes.

Les **tableaux 4 et 5** et la **figure 7** contiennent plus de précisions.

Tableau 4. Variété suffisante de fruits et de légumes frais					
Collectivité	Jamais	Parfois	La plupart du temps	Toujours	Total
Black Tickle	17 %	70 %	13 %	0 %	100 %
Hopedale	35 %	50 %	15 %	0 %	100 %
Makkovik	16 %	64 %	20 %	0 %	100 %
Nain	20 %	64 %	14 %	2 %	100 %
Postville	61 %	28 %	11 %	0 %	100 %
Rigolet	34 %	56 %	9 %	0 %	100 %
Consommateurs	26 %	58 %	14 %	1 %	100 %
Détaillants	0 %	20 %	80 %	0 %	100 %



Pour connaître le degré de satisfaction des consommateurs dans chacune des collectivités et des détaillants concernant la variété d'aliments frais, nous avons élaboré un index en multipliant par un, « jamais », par deux, « parfois », par trois, « la plupart du temps » et par quatre, « toujours ». Nous avons ensuite divisé ces totaux par le nombre de répondants pour obtenir une cote pour chaque collectivité, une pour tous les consommateurs et une pour les détaillants. Les moyennes vont de 1,50 pour Postville à 2,80 pour les détaillants, ce qui indique que les consommateurs de Postville sont le groupe le moins satisfait de la variété, et les détaillants, le groupe le plus satisfait. Le **tableau 5** contient plus de détails.

Tableau 5. Index de la variété perçue d'aliments frais

Postville	1,50
Rigolet	1,75
Hopedale	1,80
Consommateurs	1,89
Black Tickle	1,96
Nain	1,98
Makkovik	2,05
Détaillants	2,80

En dernier lieu, nous avons élaboré l'index consolidé au moyen des deux index (**tableaux 3 et 5**) sur la qualité et la variété afin de dégager les différences au chapitre de la satisfaction des consommateurs dans les six collectivités sondées. En réunissant les deux index et en les divisant par deux, nous avons produit un index consolidé. Cet index démontre que les consommateurs de Postville, de Rigolet et de Hopedale venaient régulièrement au premier, au second et au troisième rang au chapitre de l'insatisfaction concernant la qualité et la variété des aliments frais qui étaient disponibles dans leurs collectivités. Nain s'est classée quatrième, Makkovik cinquième et Black Tickle, sixième.

Pour ce qui est des détaillants, ils venaient toujours au dernier rang, ce qui signifie qu'ils étaient amplement satisfaits de la qualité et de la variété. Le **tableau 6** donne plus de précisions.

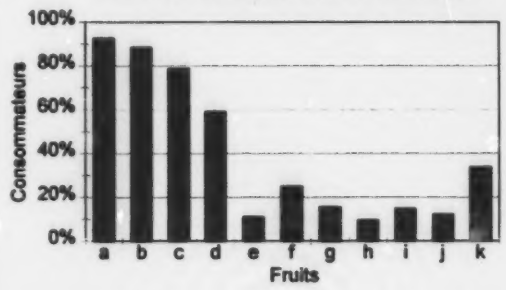
Tableau 6. Index consolidé sur la qualité et la variété des aliments frais

Postville	1,77
Rigolet	1,96
Hopedale	1,99
Consommateurs	2,07
Nain	2,11
Makkovik	2,18
Black Tickle	2,25
Détaillants	3,01

Aliments frais achetés par les consommateurs ou reçus par les détaillants le mois précédent

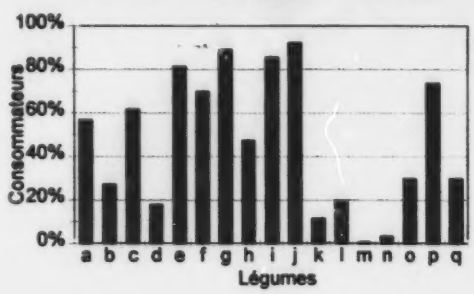
La question 3 sur les aliments achetés nous a permis de dresser le profil du consommateur moyen au Labrador. Nous savons que les fruits le plus couramment achetés sont les pommes (93 %), les oranges (88 %), les bananes (79 %) et les raisins (59 %), et que les jus congelés (34 %), les kiwis (25 %), les prunes (16 %), les pamplemousses (15 %), les petits fruits (11 %) et les melons (10 %) font tous partie du régime hivernal des habitants du Labrador. De plus, les légumes le plus souvent achetés sont les pommes de terre (92 %), les oignons (89 %), les carottes (86 %), les navets (81 %), les frites congelées (74 %), le chou (70 %), les tomates (62 %), la laitue (57 %), les poivrons (48 %) et, dans une moindre mesure, les champignons (30 %), le brocoli (27 %), le céleri (19 %), le chou-fleur (18 %), le concombre (12 %), les épinards (3 %) et les courges (1 %). Consultez les **figures 8 et 9**.

Figure 8. Fruits achetés
dans les collectivités du Labrador



Légende pour les fruits
a=pommes, b=oranges, c=bananes, d=raisins, e=petits fruits, f=kiwis, g=prunes, h=melons, i=pamplemousses, j=autre, k=jus congelé

Figure 9. Légumes achetés
dans les collectivités du Labrador



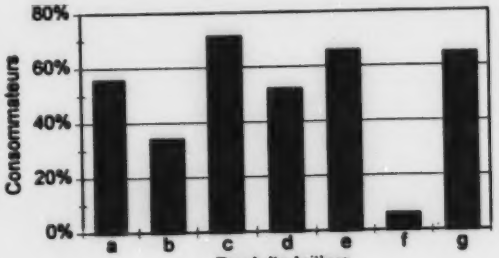
Légende pour les légumes
a=laitue, b=brocoli, c=tomates, d=chou-fleur, e=navets, f=chou, g=oignons, h=poivrons, i=carottes, j=pommes de terre, k=concombres, l=céleri, m=courge, n=épinards, o=champignons, p=frites congelées, q=autres légumes congelés

Les produits laitiers et la viande congelée, la pizza et le poisson font également partie de la liste du questionnaire et la majorité des consommateurs ont acheté la plupart de ces produits, sauf le lait en boîte (34 %), le lait en poudre (6 %) et le poisson (32 %). Consultez les **figures 10 et 11**.

Lorsque nous regardons les aliments achetés le mois précédent, nous constatons que

la majorité des consommateurs ont acheté entre trois et cinq sortes de fruits (60 %), cinq sortes de légumes ou plus (78 %) et que plus de 73 % d'entre eux se sont procuré une combinaison de 10 sortes de fruits ou de légumes ou plus, ce qui démontre un

Figure 10. Produits laitiers achetés
dans les collectivités du Labrador

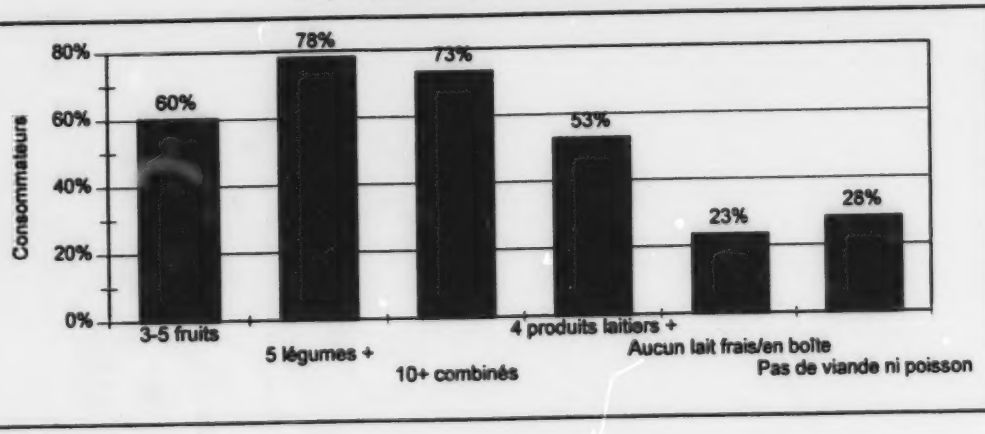


Légende pour les produits laitiers
a=lait frais, b=lait en boîte, c=fromage, d=yogourt, e=crème glacée, f=lait en poudre, g=lait évaporé

Figure 11. Autres aliments congelés
achetés au Labrador

goût marqué pour la variété. Plus de la moitié des consommateurs (53 %) ont acheté quatre sortes de produits laitiers ou plus, même si presque un foyer sur quatre n'a pas acheté de lait frais ou en boîte. Cependant, 65 % des familles du Labrador ont acheté du lait évaporé, ce qui s'inscrit dans la tradition d'acheter du lait facilement entreposable et de qualité uniforme. En dernier lieu, près d'un consommateur sur trois n'a pas acheté de viande congelée ou de poisson congelé, ce qui témoigne de la forte tendance à consommer des aliments locaux comme source de protéines, et peut-être aussi, du manque de qualité de la viande du commerce. Consultez la **figure 12**.

Figure 12. Habitudes d'achat des consommateurs
dans les collectivités du Labrador



Nous avons demandé aux détaillants d'indiquer les produits qu'ils avaient reçus par le Service aérien omnibus du Nord dans les quatre semaines précédant le sondage. Un détaillant sur deux a dit avoir reçu des petits fruits et du jus congelé et cinq sur six, des prunes, des melons et des pamplemousses. Tous ont indiqué avoir reçu des pommes, des oranges, des bananes, des raisins et des kiwis. Pour ce qui est des légumes, un détaillant sur six a dit avoir reçu des courges et seulement la moitié des détaillants avaient reçu des épinards. Cependant, plus de 60 % d'entre eux ont reçu des concombres et des frites congelées et cinq sur six, du chou ou des pommes de terre. Tous les détaillants avaient reçu de la laitue, du brocoli, des tomates, du chou-fleur, des navets, des oignons, du céleri et des champignons.

Aucun détaillant n'avait reçu de lait en poudre ou évaporé, probablement parce que ces produits ne sont pas acheminés par le Service aérien, mais par bateau avant la prise des glaces. De plus, pour ce qui est des produits laitiers, seulement le tiers des détaillants avaient reçu du lait en boîte pendant la même période, probablement pour la même raison.

Ce qui retient le consommateur d'acheter plus de fruits et légumes

> *« Je pense que mes enfants ne sont pas habitués à en manger ou à suivre le* Guide alimentaire canadien, *parce que chez nous, un fruit frais est un luxe, un privilège. »*

Nous avons demandé aux consommateurs à la question 7 d'indiquer ce qui les empêchait d'acheter plus de fruits et de légumes frais. Nous leur avons offert 14 choix et la possibilité d'en ajouter un autre. En tout, cinq raisons semblent expliquer cette situation – le prix trop élevé de ces produits (80 %), le fait qu'ils ne sont souvent pas disponibles (77 %), leur mauvaise qualité (69 %), le manque de variété (56 %) et le budget trop limité des consommateurs (41 %).

Aliments non acheminés aux collectivités du Labrador

Lorsque nous avons demandé aux détaillants d'indiquer les aliments frais et congelés qu'ils aimeraient vendre, mais que leur grossiste ne fournit pas, la plupart d'entre eux (67 %) n'en ont nommé aucun. Cependant, deux détaillants (33 %) ont dit qu'ils aimeraient vendre des aliments pour bébé, des courges de différentes variétés, des melons, des salades préparées et d'autres fruits congelés ou frais dont les fraises.

Dans une question ouverte à la fin du questionnaire, nous avons demandé aux consommateurs de nous faire part de leurs commentaires et suggestions et d'indiquer

s'il y avait d'autres aliments frais ou congelés qu'ils aimeraient voir sur les rayons de leur épicerie. Les consommateurs ont surtout mentionné qu'ils aimeraient voir plus de variété et de fraîcheur dans les produits suivants : fruits, légumes, viande fraîche et congelée (petites côtes levées de dos et bœuf haché maigre), ce qui comprend la charcuterie ainsi que les aliments et poissons locaux (morue, caplan, saumon, omble, omble chevalier, omble fumé et phoque) et les fruits de mer (pétoncles, crabes, crevettes et homards).

Plaintes du consommateur

> « Quand un produit est pourri ou moisi, les détaillants ne devraient pas le placer en étalage pour être acheté. »

À la question 8, nous avons demandé aux détaillants combien de fois les consommateurs se plaignaient de la qualité des aliments. Le tiers (2) ont dit n'avoir jamais reçu de plaintes et les deux tiers (4) ont avoué en avoir reçu de temps à autre. Si on tient compte des résultats du sondage auprès des consommateurs, les réponses des détaillants à cette question ont de quoi surprendre. D'après les commentaires exprimés par les consommateurs, les détaillants devraient recevoir des plaintes plus souvent que de temps à autre.

Commentaires et suggestions

En fin de questionnaire, nous avons invité les consommateurs à faire leurs commentaires et suggestions. Deux tiers d'entre eux se sont exprimés. Ces commentaires viennent tous appuyer l'affirmation que les aliments au Labrador sont chers compte tenu de leur qualité et qu'une plus grande variété de denrées fraîches serait appréciée. Certains consommateurs n'ont pas usé de mots tendres pour donner leur avis sur la qualité de la viande congelée, qui est trop souvent brûlée par le froid. Ils ont également mentionné que des aliments détériorés ou périmés demeuraient à l'étalage.

CONCLUSION

Le tiers des détaillants n'avaient rien à redire sur la qualité des aliments.

Les constatations qui précèdent nous démontrent que la qualité et la variété des denrées fraîches et congelées au Labrador laissent à désirer. Les consommateurs ont indiqué clairement et à plusieurs reprises qu'ils étaient insatisfaits de la qualité des produits en vente dans leur collectivité et qu'ils en trouvaient le prix élevé, ce qui aggravait leur mécontentement.

Cela dit, les détaillants semblent nous dire que la qualité des produits qu'ils vendent ne présente pas de lacune, et ce, même s'ils ont été les premiers à mentionner un problème à cet égard. Selon eux, ils offrent aux consommateurs des aliments de bonne qualité ainsi qu'une grande variété d'aliments périssables frais et congelés. Pour mieux satisfaire leurs clients, les détaillants devront d'abord étudier la situation avec le désir d'offrir des aliments de meilleure qualité. Ceci se révélerait profitable non seulement aux consommateurs, mais aussi aux détaillants, car l'amélioration se traduirait sans doute par une réduction des pertes.

La divergence d'opinion entre les consommateurs et les détaillants quant à la qualité des aliments est certainement l'une des principales conclusions du rapport.

La divergence d'opinion entre les consommateurs et les détaillants quant à la qualité des aliments est certainement l'une des principales conclusions du rapport. Des mesures concrètes devront être prises pour corriger la situation. À cette fin, il faudra s'assurer de maintenir les voies de communications ouvertes entre les deux groupes et démontrer que la concertation peut mener à des améliorations. S'il est possible de cerner les facteurs qui mènent à des différences marquées sur le plan de la qualité au sein de collectivités voisines, il sera peut-être alors possible d'améliorer la qualité des aliments dans toute la région.

AINC effectuera un second sondage en mars 2002 dans ces mêmes collectivités du Labrador afin de vérifier si la qualité des aliments s'est améliorée depuis le premier sondage. Postes Canada aura également du personnel qualifié qui inspectera les aliments à Happy Valley-Goose Bay, et ce dès 2002, afin de s'assurer que les aliments expédiés aux collectivités du Labrador respectent les critères de qualité formulés dans les consignes. Sur demande, de la formation additionnelle sur les pratiques en matière d'emballage, d'entreposage, de manutention et de techniques sanitaires sera fournie. Les consignes et la formation seront également appliquées dans d'autres collectivités nordiques pour que ces dernières profitent elles aussi des améliorations apportées.

ANNEXES

SONDAGE PAR MÉNAGE SUR LA QUALITÉ DE LA NOURRITURE AU LABRADOR

Collectivité : _____

1. Comment décririez-vous la qualité des types suivants de nourriture vendue dans votre collectivité CES TROIS DERNIERS MOIS (décembre, janvier, février) ?

	Pauvre	Passable	Bonne	Excellente
Pommes, oranges	☐	☐	☐	☐
Bananes, raisins	☐	☐	☐	☐
Petits fruits (baies)	☐	☐	☐	☐
Pommes de terre	☐	☐	☐	☐
Carottes, oignons, navets, choux	☐	☐	☐	☐
Laitue, tomates, poivrons	☐	☐	☐	☐
Brocoli, chou-fleur	☐	☐	☐	☐
Pain	☐	☐	☐	☐
Oeufs	☐	☐	☐	☐
Lait frais	☐	☐	☐	☐
Viande fraîche	☐	☐	☐	☐
Viande congelée	☐	☐	☐	☐
Légumes congelés	☐	☐	☐	☐
Autres aliments congelés	☐	☐	☐	☐

2. Les fruits et légumes frais offerts sont-ils assez <u>variés</u> ?

☐ Jamais ☐ Parfois ☐ La plupart du temps ☐ Toujours

3. Lesquels des aliments suivants avez-vous acheté CES 4 DERNIÈRES SEMAINES ?

Fruits frais :	☐Pommes	☐Oranges	☐Bananes	☐Raisins	☐Baies
	☐Kiwis	☐Prunes	☐Melons	☐Pamplem.	☐Autres
Légumes frais :	☐Laitue	☐Brocoli	☐Tomates	☐Chou-fleur	☐Navets
	☐Chou	☐Oignons	☐Poivrons	☐Carottes	☐Pommes de terre
	☐Concombre	☐Céleri	☐Courge	☐Épinards	☐Champignons
Produits laitiers :	☐Lait frais	☐Lait en boîte	☐Fromage	☐Yogourt	☐Crème glacée
	☐Lait en poudre		☐Lait évaporé		
Aliments congelés :	☐Viande	☐Pizza		☐Poisson	
	☐Frites	☐Autres légumes		☐Jus	

4. Depuis cette période l'an dernier, la qualité des aliments dans votre collectivité s'est-elle

- ☐ améliorée beaucoup ?
- ☐ améliorée un peu ?
- ☐ maintenue ?
- ☐ détériorée ?

5. À quel moment la qualité de la nourriture est-elle meilleure et pire ?

Meilleure	Pire
☐ Printemps	☐ Printemps
☐ Été	☐ Été
☐ Automne	☐ Automne
☐ Hiver	☐ Hiver

6. Si la qualité des fruits et légumes frais s'améliorait dans votre collectivité, achèteriez-vous plus de ces aliments ?

☐ Oui, beaucoup plus ☐ Oui, un peu plus ☐ Non ☐ Ne sais pas

7. Qu'est-ce qui vous retient d'acheter <u>plus de fruits et légumes frais</u> ? (Cochez toutes les raisons applicables.)

☐ Ils coûtent trop cher	☐ N'aime pas le goût
☐ Mauvaise qualité	☐ Trop difficile à apprêter
☐ Pas assez de variété	☐ Pas besoin pour être en bonne santé
☐ Souvent pas disponibles	☐ J'en mange déjà beaucoup
☐ Ne sais pas m'en servir	☐ Ne peux pas les digérer
☐ Ils ne se conservent pas bien	☐ Je n'ai pas les moyens
☐ Préfère les conserves	☐ Préfère les produits congelés

☐ Autre raison : _____

8. Depuis cette période l'an dernier, comment le prix des fruits et légumes frais a-t-il changé dans votre collectivité ?

☐ A augmenté
☐ A diminué
☐ Inchangé
☐ Ne sais pas

9. Il se peut que différents groupes de personnes n'aient pas la même opinion sur les aliments disponibles dans votre collectivité. Donc, il serait utile que vous nous disiez à quel groupe vous appartenez :

☐ Inuit ☐ Innu ☐ Métis ☐ Autre

10. D'habitude, où achetez-vous des fruits et légumes frais ?

COMMENTAIRES ET SUGGESTIONS :

Y a-t-il des aliments frais ou congelés que vous aimeriez voir au magasin mais qui ne sont pas offerts en général ?

☐ Non
☐ Oui⇨ Veuillez les nommer :

Avez-vous des commentaires ou des suggestions quant à la qualité, la variété ou le prix des aliments frais et congelés vendus dans votre collectivité ?

SONDAGE DU DÉTAILLANT SUR LA QUALITÉ DE LA NOURRITURE AU LABRADOR

Collectivité : _____

1. Comment décririez-vous la qualité des types suivants de nourriture vendue dans votre collectivité CES TROIS DERNIERS MOIS (décembre, janvier, février)?

	Pauvre	Passable	Bonne	Excellente
Pommes, oranges	☐	☐	☐	☐
Bananes, raisins	☐	☐	☐	☐
Petits fruits (baies)	☐	☐	☐	☐
Pommes de terre	☐	☐	☐	☐
Carottes, oignons, navets, choux	☐	☐	☐	☐
Laitue, tomates, poivrons	☐	☐	☐	☐
Brocoli, chou-fleur	☐	☐	☐	☐
Pain	☐	☐	☐	☐
Oeufs	☐	☐	☐	☐
Lait frais	☐	☐	☐	☐
Viande fraîche	☐	☐	☐	☐
Viande congelée	☐	☐	☐	☐
Légumes congelés	☐	☐	☐	☐
Autres aliments congelés	☐	☐	☐	☐

2. Les fruits et légumes frais offerts sont-ils assez variés?

☐ Jamais ☐ Parfois ☐ La plupart du temps ☐ Toujours

3. Lesquels des aliments suivants avez-vous reçu par la POSTE DEPUIS UN MOIS (février)? (Cochez toutes les cases appropriées)

Fruits frais :	☐Pommes	☐Oranges	☐Bananes	☐Raisins	☐Baies
	☐Kiwis	☐Prunes	☐Melons	☐Pamplem.	☐Autres
Légumes frais :	☐Laitue	☐Brocoli	☐Tomates	☐Chou-fleur	☐Navets
	☐Chou	☐Oignons	☐Poivrons	☐Carottes	☐Pommes de terre
	☐Concombre	☐Céleri	☐Courge	☐Épinards	☐Champignons

Produits laitiers : ☐Lait frais ☐Lait en boîte☐Fromage ☐Yogourt ☐Crème glacée

☐Lait en poudre ☐Lait évaporé

Aliments congelés :☐Viande ☐Pizza ☐Poisson
☐Frites ☐Autres légumes ☐Jus

4. Depuis cette période l'an dernier, la qualité des aliments dans votre épicerie s'est-elle

☐ améliorée beaucoup?
☐ améliorée un peu?
☐ Maintenue?
☐ Détériorée?

5. À quel moment la qualité de la nourriture est-elle meilleure et pire?

Meilleure	Pire
☐ Printemps	☐ Printemps
☐ Été	☐ Été
☐ Automne	☐ Automne
☐ Hiver	☐ Hiver

6. Si la qualité des fruits et légumes frais dans votre épicerie s'améliorait, pourriez-vous vendre plus de ces aliments?

☐ Oui, beaucoup plus ☐ Oui, un peu plus ☐ Non ☐ Ne sait pas

7. Si la qualité des aliments frais s'améliorait :

☐ augmenteriez-vous vos prix parce que le consommateur accepterait de payer plus cher?
☐ baisseriez-vous vos prix, car la détérioration serait moindre?
☐ laisseriez-vous vos prix tels qu'ils sont?

8. Combien de fois les consommateurs se plaignent-ils de la qualité des aliments?

☐ Jamais ☐ Parfois ☐ Chaque semaine ☐ Chaque jour

9. Selon vous, quelle est la principale cause de la mauvaise qualité des aliments à cette période-ci de l'année?

- ☐ Mauvaise manutention de la part de la ligne aérienne
- ☐ Retards de vol
- ☐ Aliments de mauvaise qualité chez les grossistes à Happy Valley-Goose Bay
- ☐ Endommagement dans le transport de l'aéroport à votre épicerie
- ☐ Mauvais contrôle de la température à bord de l'avion
- ☐ Emballage défectueux
- ☐ Entrepôts inadéquats à l'aéroport
- ☐ Rien à redire à la qualité
- ☐ Ne sait pas
- ☐ Autres causes (les préciser)

10. Quelle quantité des aliments ci-dessous avez-vous dû jeter pendant une semaine normale AU COURS DES TROIS DERNIERS MOIS (décembre, janvier, février) parce qu'ils étaient de mauvaise qualité ou détériorés?

	- 5%	5-10%	10-20%	20-40%	+ 40%	N'en vend pas
Pommes	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Oranges, pamplemousse	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Bananes, raisins	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Baies	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Pommes de terre	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Carottes, choux	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Laitue, poivrons	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tomates	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Lait frais	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Fromage, yogourt	☐	☐	☐	☐	☐	☐

	- 5%	5-10%	10-20%	20-40%	+ 40%	N'en vend pas
Viande fraîche	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Légumes congelés	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Autres aliments congelés	☐	☐	☐	☐	☐	☐

11. Quels sont les aliments dont la qualité laisse le plus à désirer?

1) _____ 2) _____ 3) _____

12. Y a-t-il des aliments frais ou congelés que vous aimeriez vendre, mais que votre grossiste ne peut vous fournir?

☐ Non
☐ Oui⇨ veuillez les énumérer

COMMENTAIRES ET SUGGESTIONS

Votre nom : _____

Nom de l'épicerie : _____

Nom de la collectivité : _____